

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan konvergensi di bidang komunikasi *wireless* sangat pesat. Hal ini ditandai dengan adanya *Geographic Information System* (GIS) dan *Global Positioning Systems* (GPS). GIS adalah sistem yang berbasis manual atau komputer yang menyimpan dan memanipulasi data berupa informasi-informasi geografis.¹ Sedangkan GPS adalah sistem navigasi berbasis satelit yang memberikan informasi posisi yang akurat dimanapun di seluruh dunia dan dalam kondisi cuaca apapun.² GIS dan GPS menyebabkan munculnya teknologi baru yang disebut dengan *Mobile GIS*. *Mobile GIS* membuat pengguna GIS semakin meluas, dan memudahkan pengguna untuk mencari lokasi yang lengkap dan akurat, hanya dengan menggunakan perangkat *smartphone*. Dengan semakin dekatnya *mobile GIS* kepada masyarakat, membuat banyak perusahaan berbasis IT muncul untuk menjawab tantangan kesulitan pengguna untuk mencari lokasi yang lebih akurat dan cepat dengan mengembangkan aplikasi *mobile GIS* yang lebih canggih dari yang lain.

¹ Stan Aronoff, S. *Geographic Information Systems : A Management Perspective* (Ottawa : WDL Publication, 1989) p.3

² Ahmed El-Rabbany. *Introduction to GPS : The Global Positioning System* (Boston : Artech House, 2002) p.1

Dewasa ini, *smartphone* dan tablet sudah menjadi barang primer bagi kebanyakan orang. Hampir semua kebutuhan informasi dan telekomunikasi setiap orang dapat terpenuhi dengan adanya *smartphone*. Dimuat di laman resmi kominfo, yang dikutip dari www.tempo.co, eMarketer memperkirakan pengguna aktif *smartphone* di Indonesia akan meningkat lebih dari 100 juta orang pada tahun 2018. Fakta ini akan menempatkan Indonesia menjadi negara terbesar keempat di dunia setelah Cina, India dan Amerika Serikat dalam hal pengguna *smartphone* terbanyak.

Banyak permasalahan dapat dimudahkan dengan hadirnya beragam aplikasi pada perangkat *smartphone*. Salah satunya adalah aplikasi penunjuk jalan. Dengan didukungnya kecanggihan perangkat keras *smartphone*, dimana setiap *smartphone* sudah dilengkapi perangkat GPS, membuat aplikasi berbasis GIS ini dapat beroperasi dengan sangat baik, sehingga aplikasi dapat menghadirkan informasi berkaitan dengan peta dan lokasi serta penunjuk arah dengan keakuratan cukup tinggi. Dikutip dari website resmi Esri (*Environmental Systems Research Institute*), perusahaan pemasok *software* GIS, ketersediaan seluler dari *smartphone* dan tablet telah dilengkapi GPS chip-set yang terintegrasi. Hampir dari semua chip-sets sudah didukung oleh GNSS (*Global Navigation Satellite System*) yang artinya keseluruhan chip-sets ini telah didukung oleh *United States NAVSTAR GPS satellites and the Russian GLONASS satellites*, artinya pengguna memiliki konstelasi satelit yang lebih baik untuk diambil saat sedang berada di lapangan. Ini mengindikasikan, aplikasi penunjuk jalan sangat didukung untuk menghadirkan informasi yang lebih akurat untuk penggunaannya.

Di Indonesia, sudah banyak aplikasi penunjuk jalan yang dapat diunduh oleh pengguna *smartphone* pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1 Beberapa Aplikasi Penunjuk Jalan

Aplikasi Penunjuk Jalan	Keunggulan	Platform	Jumlah Pengunduh
 Google Maps	<ul style="list-style-type: none"> - Dapat diakses melalui desktop dan <i>mobile</i> - Menampilkan kondisi lalu lintas - Menampilkan layanan publik (ATM, Pom bensin, pasar,dll) - Menampilkan rute untuk mobil, kereta api, sepeda, jalan kaki, dan pesawat. - Menampilkan seberapa jauh lokasi yang akan dituju - Bisa melakukan <i>sharing location</i> - Mempunyai fitur <i>Google Street View</i>, yang bisa melihat kondisi <i>real</i> lokasi yang kita tuju berupa foto - Dapat diakses pada saat 	<ul style="list-style-type: none"> - Android - iOS - Windows Phone - Blackberry OS - Symbian OS 	1.000.000.000 – 5.000.000.000

	<i>offline dan online</i>		
 <p>Waze</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Dapat diakses melalui desktop dan <i>mobile</i>. - Lebih terfokus untuk menampilkan informasi navigasi yang bagus bagi pengemudi kendaraan bermotor. - Bisa mendapatkan informasi yang jelas kapan pengguna sampai ke lokasi tujuan tetapi aplikasi ini tidak menampilkan bagaimana kondisi jalan yang mungkin mempengaruhi waktu perjalanan pengguna. - <i>Real-time update</i> dari pengguna lain tentang kemacetan lalu lintas dan kecelakaan yang dapat memperlambat. - Terdapat fitur komunikasi antar pengguna Waze, terkait informasi trafik disuatu lokasi. - Mempunyai fitur mengetahui keberadaan 	<ul style="list-style-type: none"> - Android - iOS - Windows Phone - Blackberry OS (berdasarkan negara) - Symbian OS 	<p>100.000.000 – 500.000.000</p>

	polisi.		
 <p>Here We Go</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Dapat diakses melalui desktop dan <i>mobile</i>. - Menampilkan rute untuk mobil, sepeda, taksi, transportasi umum, penggunaan mobil bersama. - Menyediakan informasi <i>live traffic</i>. - Bisa melakukan <i>sharing location</i>. - Menyediakan informasi peta indoor seperti pusat perbelanjaan, bandara, dll. - Bisa menyimpan rincian tujuan dan lokasi favorit. - Menyediakan <i>turn-by-turn</i> navigasi dan fasilitas <i>text to speech</i>. - Dapat diakses pada saat <i>offline</i> dan <i>online</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> - Android - iOS - Windows Phone 	<p>10.000.000 –</p> <p>50.000.000</p>
 <p>Maps.me</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Diakses melalui perangkat <i>mobile</i> dan hanya digunakan secara <i>offline</i>. - Memberikan peta detail untuk 345 negara dan pulau di dunia. 	<ul style="list-style-type: none"> - Android - iOS - Blackberry OS 	<p>10.000.000 –</p> <p>50.000.000</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - Menyediakan fitur GPS sehingga bisa dengan mudah mengurutkan mana kiranya perjalanan yang lebih baik menuju lokasi tujuan. - Adanya fitur <i>Bookmark</i> sehingga mudah dalam menemukan lokasi tempat pencarian sebelumnya. 		
 <p>Navigasi GPS dan Peta Sygic</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Diakses melalui perangkat <i>mobile</i> dan hanya digunakan secara <i>offline</i>. - Layanan Lalu Lintas Langsung dengan menemukan rute yang lebih cepat, menghindari kemacetan lalu lintas. - Menyediakan saran parkir dengan informasi tentang ketersediaan & harga. - Informasi mengenai peringatan keselamatan tentang belokan tajam dan perlintasan kereta api. 	<ul style="list-style-type: none"> - Android - iOS - Windows Phone 	100.000.000 – 500.000.000

Sumber : Diolah oleh Penulis

Dapat di lihat dari Tabel 1.1 terdapat lima aplikasi penunjuk jalan dengan beragam fitur, dan menjadi aplikasi yang populer khususnya di Indonesia. Berdasarkan data yang diambil dari *Google Play* jumlah unduh setiap aplikasi cukup tinggi, yakni diatas angka 10 juta kali diunduh. Ini menandakan aplikasi jenis ini cukup dibutuhkan oleh pengguna *smartphone*.

Di kota besar, seperti Jakarta, mobilitas masyarakat yang tinggi tentunya diperlukan adanya pemahaman yang cukup dalam mengenal lokasi yang dituju, kondisi jalan yang ditempuh dan rute-rute yang dilalui menuju lokasi. Dengan hadirnya aplikasi penunjuk jalan, seharusnya dapat meringankan pengguna dalam mendukung mobilitasnya yang tinggi. Tentunya, faktor penting yang harus diperhatikan oleh pengembang aplikasi penunjuk jalan adalah membuat pengguna menjadi senang dan merasa nyaman dalam menggunakan aplikasi. Hal ini diharapkan agar nantinya pengguna tidak berhenti menggunakan aplikasi, dan menjadikan aplikasi wajib untuk di-*install* di *smartphone*. Berdasarkan penelitian sebelumnya, kenyamanan yang dirasakan merupakan faktor penentu niat keberlanjutan penggunaan. Selain itu, semakin seringnya aplikasi digunakan serta dirasakan kenyamanannya dan menyenangkan maka semakin tinggi pula manfaat yang dirasakan sehingga membuat pengguna mempunyai niat untuk dapat menggunakan secara terus menerus.³

³ Purnamasari dan Advensia. "Factor Influencing Of Usage Accounting Game: Study Of Learning By Game And Theory Acceptance Model", *International Journal of Business, Economics and Law*, Vol. 5 Issue 1, Desember 2014, p. 20

Menghadirkan fitur-fitur terbaru menjadi tantangan bagi pengembang aplikasi untuk membuat aplikasi tampak menarik dan akan selalu berguna di kemudian hari. Kegunaan yang dirasakan merupakan persepsi subyektif pengguna terhadap manfaat yang diharapkan dari penggunaan suatu aplikasi. Pengguna menganggap apabila aplikasi yang digunakan sangat berguna dalam mendukung aktivitas sehari-harinya maka pengguna akan terus menerus menggunakannya. Persepsi kegunaan juga merupakan indikator utama dalam menentukan level kepuasan pengguna aplikasi.⁴

Kenyamanan dan manfaat yang dirasakan oleh pengguna, membuat pengguna menggunakan aplikasi tersebut sehari-hari sehingga timbul adanya kebiasaan dan rasa kepuasan. Pengalaman dalam menggunakan aplikasi penunjuk jalan sebelumnya, memainkan peranan penting dalam membangun niat keberlanjutan penggunaan dan pengalaman tersebut dapat membantu pengguna dalam memperoleh informasi mengenai aplikasi tersebut karena kebiasaan mengacu pada perilaku otomatis yang dilakukan berulang-ulang karena proses belajar.⁵

Beberapa teori menyebutkan bahwa manfaat dan kepuasan dalam *expectation-confirmation model* (ECM) merupakan indikator dalam menjelaskan pengaruh terhadap niat keberlanjutan penggunaan. Di dalam teori ECM menyebutkan bahwa

⁴ Lingyu Wang *et al.*, "Modeling of Causes of Sina Weibo Continuance Intention with Mediation of Gender Effects", *Journal Frontiers in Psychology Vol. 7*, April 2016, p. 8

⁵ Hsiao *et al.*, "Exploring the influential factors in continuance usage of mobile social Apps: Satisfaction, habit, and customer value perspectives", *Journal Telematics and Informatics*, Agustus 2015, p.8

sebelum memiliki niat untuk terus menerus menggunakan aplikasi, pengguna harus terlebih dahulu merasa puas terhadap aplikasi tersebut.⁶

Dari pemaparan faktor-faktor diatas, muncul sebuah rasa ingin tahu lebih lanjut, tentang faktor-faktor penentu diatas terhadap rasa untuk menggunakan aplikasi secara terus menerus. Oleh karena itu, penulis ingin melakukan sebuah penelitian terkait informasi-informasi diatas. Dalam penelitian ini penulis mengangkat judul penelitian **“Pengaruh Persepsi Kenyamanan, Persepsi Kegunaan, Kebiasaan, dan Kepuasan terhadap Niat Keberlanjutan Penggunaan pada Aplikasi Penunjuk Jalan”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis paparkan, maka rumusan masalah yang didapat adalah sebagai berikut :

1. Apakah persepsi kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap persepsi kegunaan?
2. Apakah persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan?
3. Apakah persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap kebiasaan?
4. Apakah persepsi kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan?
5. Apakah persepsi kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap kebiasaan?

⁶ Azyanee Luqman *et al*, “Predicting Continuance Intention in Mobile Commerce Usage Activities: The Effects of Innovation Attributes”, *Innovations in Humanity and Social Sciences*, Mei 2016, p.2

6. Apakah kepuasan berpengaruh signifikan terhadap kebiasaan?
7. Apakah kepuasan berpengaruh signifikan terhadap niat keberlanjutan penggunaan?
8. Apakah kebiasaan berpengaruh signifikan terhadap niat keberlanjutan penggunaan?

1.3 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi pemikiran dan proses pengembangan pengetahuan mengenai persepsi kenyamanan, persepsi kegunaan, kebiasaan, kepuasan, dan hal-hal yang berkaitan mengenai niat keberlanjutan penggunaan dalam penggunaan aplikasi penunjuk jalan.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pengembang yang ingin mengembangkan aplikasi berbasis peta untuk menjadi bahan pertimbangan tentang bagaimana mengembangkan aplikasi navigasi yang bermanfaat bagi *user*.

BAB II

KAJIAN TEORETIK

1.1 Rangkuman Teori

1.1.1 *Mobile Maps*

Mobile maps adalah aplikasi *software* yang mengumpulkan data geografis untuk menentukan lokasi pengguna pada suatu titik tertentu yang berjalan pada perangkat *mobile*. Aplikasi *mobile* juga bisa menunjukkan lokasi pelayanan publik seperti rumah sakit, polisi, stasiun, dan layanan darurat lainnya. Selain itu, aplikasi ini juga menyajikan lokasi pengguna dan tempat yang dicari berdasarkan jarak dengan hitungan kilometer dan waktu yang dibutuhkan dalam hitungan jam untuk berpindah dari lokasi tujuan pengguna tersebut ke tempat tujuan. Pengguna dapat mengetahui keadaan lingkungan seperti kondisi cuaca sekitar, lalu lintas, pusat perbelanjaan.¹

1.1.2 Persepsi Kenyamanan

Persepsi Kenyamanan menurut Davis *et al.*² adalah motivasi intrinsik seseorang dalam proses penggunaan teknologi dan menunjukkan bahwa pengguna merasa senang dan nyaman dengan aktivitas menggunakan teknologi tersebut. Berbeda dengan motivasi ekstrinsik yaitu persepsi kegunaan yang berbasis pada

¹ Hussain *et al.*, "Antecedents to User Adoption of Interactive Mobile Maps", *Journal of Telecommunication, Electronic and Computer Engineering*, Vol. 8 No 10, 2016, p.1

² Davis *et al.*, "Extrinsic and Intrinsic Motivation to Use Computers in the Workplace", *Journal of Applied Social Psychology*, 22, 14, Juli 1992, p. 1112

pencapaian tujuan atau penghargaan tertentu, motivasi intrinsik yang dimaksud mengacu pada kesenangan dalam melakukan aktivitas itu sendiri.

Selain itu, menurut Van der Heijden, persepsi kenyamanan mengacu pada persepsi konsumen tentang kesenangan dan kenyamanan yang berasal dari penggunaan sistem informasi.³ Aspek utama persepsi kenyamanan meliputi *entertainment, relaxation, excitement* dan *fun*.⁴

Davis *et al.* menambahkan variabel persepsi kenyamanan pada model TAM yang asli dan hasilnya ditemukan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan teknologi baru di tempat kerja.⁵ Dua studi empiris yang telah mereka lakukan juga menunjukkan bahwa ada interaksi positif antara persepsi kegunaan dan persepsi kenyamanan yang dirasakan. Terutama berkaitan dengan sistem hedonik, penggunaan yang dimaksud ditentukan oleh persepsi kenyamanan sampai tingkat yang lebih tinggi daripada persepsi kegunaan.⁶ Selain itu, Agarwal dan Karahanna dan Venkatesh mendefinisikan kenikmatan sebagai hiburan yang diterima oleh pengguna melalui kegiatan yang ditawarkan oleh suatu produk atau jasa.⁷

Dalam penelitian ini yang dimaksud bahwa persepsi kenyamanan berarti saat pengguna aplikasi penunjuk jalan dapat merasakan kesenangan dan kenyamanan setelah apa yang dirasakan dalam penggunaannya atas fitur-fitur pada aplikasi tersebut. Kenyamanan perlu diperhatikan oleh *developer* aplikasi

³ Duyen Nguyen. "Understanding Perceived Enjoyment and Continuance Intention in Mobile Games", *Department of Information and Service Economy Aalto University*, 2016, p. 12

⁴ *Ibid.*, p. 39

⁵ Davis *et al.*, *op. cit.*, p.1125

⁶ Hsiao *et al.*, *op. cit.*, p.12

⁷ NHI N. X. Dang dan Phuon V. Nguyen. "The Intention to Play Online Mobile Games in Ho Chi Minh City, Vietnam.", *Journal IJABER Vol. 13 No. 1*, 2015, p. 368

karena jika kenyamanan dirasakan baik oleh pengguna maka tentu akan digunakan secara terus menerus.

Adapun indikator persepsi kenyamanan yang diadaptasi dari Oguma *et. al* dan Dang *et. al.* adalah sebagai berikut :

- Saya senang dalam menggunakan aplikasi penunjuk jalan.
- Menggunakan aplikasi penunjuk jalan memberikan kenyamanan dalam mencari suatu lokasi.
- Saya merasa tertarik menggunakan aplikasi penunjuk jalan.
- Menurut saya, aplikasi penunjuk jalan bisa digunakan sebagai sarana sharing information.
- Menurut saya, aplikasi penunjuk jalan mempunyai banyak fitur dalam menggunakannya.

1.1.3 Persepsi Kegunaan

Persepsi kegunaan adalah persepsi pengguna terhadap manfaat yang dirasakan dalam menggunakan sistem informasi yang dapat meningkatkan kinerjanya.⁸ Menurut Burke, persepsi kegunaan adalah komponen yang utama dalam penerimaan teknologi, yang semata-mata bergantung pada harapan konsumen tentang bagaimana teknologi dapat memperbaiki dan menyederhanakannya kehidupan mereka.⁹

⁸ Davis *et al.*, "User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models", *Journal Management Science*, Vol. 35 No. 8, Agustus 1989, p. 985

⁹ Kwame Simpe Ofori *et al.*, "Factors Influencing the Continuance Use of Mobile Social Media: The Effect of Privacy Concerns", *Journal of Cyber Security*, Vol. 4, Januari 2016, p. 110

Persepsi kegunaan merupakan persepsi individu tentang tindakan yang dilakukan untuk mendapatkan penghargaan tertentu.¹⁰ Variabel persepsi kegunaan berasal dari model penelitian TAM yang diajukan oleh Davis, dan telah divalidasi oleh Bhattacharjee dalam model penelitian ECM-ISC bahwa persepsi kegunaan merupakan faktor penting dalam pengaruhnya terhadap *user satisfaction*. Namun tidak seperti pada awal adopsi di dalam metode TAM, pada pasca adopsi, persepsi kegunaan mencerminkan nilai potensial yang diperoleh dari penggunaan sistem informasi, adalah keyakinan konstan terakumulasi dengan menggunakan sistem informasi tertentu.¹¹

Dalam penelitian ini, yang dimaksud persepsi kegunaan adalah persepsi dari pengguna mengenai manfaat yang didapatkan dari penggunaan aplikasi penunjuk jalan. Adapun indikator persepsi kegunaan yang diadaptasi dari Oguma *et. al*, Hu *et. al*, dan Zhao *et. al* adalah sebagai berikut :

- Aplikasi penunjuk jalan sangat bermanfaat di kehidupan sehari-hari saya.
- Menggunakan aplikasi penunjuk jalan lebih efektif dibandingkan dengan menggunakan cara lain.
- Secara keseluruhan, aplikasi penunjuk jalan sangat menguntungkan bagi saya.
- Menggunakan aplikasi penunjuk jalan membuat waktu saya lebih efisien.
- Menurut saya, aplikasi penunjuk jalan mempunyai banyak fitur dalam menggunakannya.
- Aplikasi penunjuk jalan lebih banyak keuntungannya daripada kerugiannya.

¹⁰ Hsiao, *et al*, *op. cit.*, p.8

¹¹ Kwame Simpe Ofori *et al.*, *op. cit.*, p. 109

1.1.4 Kebiasaan

Kebiasaan telah disertakan dalam model kontinuitas tertentu untuk menjelaskan perilaku penggunaan teknologi informasi, karena konsumen sering menggunakan perangkat teknologi informasi dan perilaku menjadi otomatis.¹²

Selain itu, kepuasan pengguna merupakan salah satu faktor kunci terbentuknya kebiasaan. Jika perilaku menciptakan pengalaman memuaskan bagi pengguna, maka pengguna cenderung mengulang perilaku itu sesering mungkin. Dalam konteks penggunaan aplikasi, beberapa penelitian telah memverifikasi kepuasan itu terkait erat dengan perkembangan kebiasaan.¹³

Kebiasaan adalah perilaku rutin yang berulang secara teratur dan cenderung terjadi secara tidak sadar. Mereka bisa berupa tanggapan otomatis terhadap situasi spesifik dan kecenderungan mencerminkan perilaku otomatis.¹⁴

Kebiasaan dalam penggunaan sebelumnya memainkan peranan penting dalam membangun niat penggunaan secara terus menerus. Menurut Rogers, kebiasaan tersebut dapat mengurangi ketidakpastian dan membantu dalam memperoleh informasi tentang layanan yang berteknologi tinggi karena pengalaman tersebut mengacu otomatis pada perilaku seseorang karena belajar.¹⁵

Dalam penelitian ini, kebiasaan adalah kecenderungan untuk menggunakan aplikasi penunjuk jalan secara otomatis dan pada umumnya berlangsung secara terus menerus, disebabkan oleh faktor persepsi kenyamanan dan persepsi kegunaan.

¹² Hsiao, *et al, op. cit.*, p. 4

¹³ Lingyu Wang *et al, op. cit.*, p. 4

¹⁴ Wen-Lung Shiau dan Margaret Meiling Luo, "Continuance Intention of blog users : the impact of perceived enjoyment, habit, user involvement and blogging time", *Journal Behaviour and Information Technology*, Januari 2012, p. 3

¹⁵ Hsiao, *et al, op. cit.*, pp. 8-9

Adapun indikator kebiasaan yang diadaptasi dari Hsiao *et. al* dan Wang *et. al* adalah sebagai berikut :

- Menggunakan aplikasi penunjuk jalan menjadi kebiasaan bagi saya.
- Saya harus menggunakan aplikasi penunjuk jalan.
- Menggunakan aplikasi penunjuk jalan sudah menjadi natural bagi saya.
- Saya menjadi ketergantungan menggunakan aplikasi penunjuk jalan.
- Saat dihadapkan pada pencarian lokasi, menggunakan aplikasi penunjuk jalan merupakan pilihan yang tepat bagi saya.

1.1.5 Kepuasan

Kepuasan adalah pengaruh dari perasaan pengguna tentang penggunaan sistem informasi yang sebelumnya digunakan. Kepuasan dan penggunaan berkelanjutan dilihat sebagai kunci dalam membina dan mempertahankan hubungan yang loyal dengan konsumen. Ini merupakan respon dari keseluruhan respon yang afektif terhadap gap antara ekspektasi sebelumnya dan persepsi *performance* setelah digunakan atau dikonsumsi. Bhattacharjee mengusulkan *post-acceptance model* dari penggunaan sistem informasi, yang bertujuan untuk menjelaskan maksud dari pengguna sistem informasi dan difokuskan pada *post-acceptance variable*. Dalam model ini, tujuan pelepasan pengguna ditentukan oleh kepuasan dengan penggunaan sistem informasi dan kegunaan yang dirasakan dari penggunaan sistem informasi yang terus berlanjut. Bhattacharjee mengemukakan bahwa pengguna dengan tingkat kepuasan yang lebih tinggi cenderung lebih kuat niatnya untuk menggunakan *channel online*. Hubungan langsung antara kepuasan

dan niat keberlanjutan penggunaan adalah inti dari IS *continuance* model, dan telah divalidasi secara empiris.¹⁶

Selain itu, kepuasan adalah sikap afektif terhadap sebuah aplikasi komputer tertentu oleh *end-user* yang menggunakan aplikasi tersebut secara langsung.¹⁷ Sejumlah besar penelitian di bidang IS dan pemasaran menunjukkan bahwa kepuasan adalah prediktor yang dapat diandalkan untuk melanjutkan niat menggunakan IS. Penelitian terdahulu tentang layanan *mobile* juga mendukung hal ini bahwa kepuasan berhubungan positif dengan niat keberlanjutan penggunaan.¹⁸

Dalam penelitian ini, yang dimaksud kepuasan adalah perasaan pengguna yang merasakan hasil nyata manfaat aplikasi penunjuk jalan dibandingkan dengan ekspektasi sebelum menggunakan aplikasi tersebut dan merasa puas sehingga mempunyai niat untuk menggunakan aplikasi penunjuk jalan lagi.

Adapun indikator kepuasan yang diadaptasi dari Hsiao *et. al*, Shiau *et, al* dan Dang *et. al* adalah sebagai berikut :

- Saya sangat puas dengan pilihan saya terhadap aplikasi penunjuk jalan dalam pencarian lokasi.
- Saya senang dengan keputusan saya memilih aplikasi penunjuk jalan.
- Pengalaman saya dengan menggunakan aplikasi penunjuk jalan pun sangat memuaskan.

¹⁶ *Ibid.*, pp. 4-5

¹⁷ Apolos Patricks Oghuma *et. al*, "An expectation-confirmation model of continuance intention to use mobile instant messaging", *Journal Telematics and Informatics*, Mei 2015, p. 36

¹⁸ Hsiao, *et al, op. cit.*, p. 5

- Saya rasa saya membuat keputusan yang benar dalam menggunakan aplikasi penunjuk jalan ini.
- Saya puas telah mengunduh aplikasi penunjuk jalan.
- Saya sangat senang dengan fitur-fitur yang ada di aplikasi penunjuk jalan.

1.1.6 Niat Keberlanjutan Penggunaan

Menurut *expectation confirmation theory* (ECT) yang dikembangkan oleh Oliver, keinginan pelanggan untuk terus menggunakan produk atau layanan tertentu sangat bergantung pada kepuasan mereka. Dalam konteks teknologi informasi, keputusan pengguna untuk terus menggunakan sistem informasi dapat dibandingkan dengan niat pelanggan untuk membeli kembali.¹⁹

Niat keberlanjutan penggunaan didefinisikan sebagai niat individu untuk terus menggunakan informasi sistem (berbeda dengan penggunaan awal atau penerimaan). Kelanjutan sistem informasi diusulkan oleh konsep bahwa "kelanjutan niat penggunaan sistem akan dipengaruhi oleh kepuasan penggunaan sistem dan persepsi kegunaan".²⁰

Dalam penelitian ini, niat keberlanjutan penggunaan adalah hasrat pengguna dalam menggunakan aplikasi secara terus menerus untuk waktu yang panjang. Fenomena niat keberlanjutan penggunaan dapat tercipta karena timbulnya kebiasaan dan kepuasan dalam menggunakan aplikasi.

¹⁹ Abdallah Q. Bataineh *et al.*, "Determinants of Continuance Intention to Use Social Networking Sites SNS's : Studying the Case of Facebook", *International Journal of Marketing Studies*, Vol. 7 No. 4, Juli 2015, p. 122

²⁰ K. Praveena dan Sam Thomas, "Continuance Intention to Use Facebook: A Study of Perceived Enjoyment and TAM", *Bonfring International Journal of Industrial Engineering and Management Science*, Vol. 4, No. 1, February 2014, p. 25

Adapun indikator niat keberlanjutan penggunaan yang diadaptasi dari Dang *et. al* dan Wang *et. al* adalah sebagai berikut :

- Saya berniat untuk terus menggunakan aplikasi penunjuk jalan.
- Saya akan menggunakan aplikasi penunjuk jalan dalam keseharian saya.
- Saya akan terus menggunakan aplikasi penunjuk jalan di kemudian hari.
- Saya percaya, saya akan tetap menggunakan aplikasi penunjuk jalan.
- Saya percaya minat saya akan meningkat di masa depan, terhadap pembaharuan fitur aplikasi penunjuk jalan.
- Saya akan merekomendasikan aplikasi penunjuk jalan kepada orang lain yang berminat dalam melakukan pencarian lokasi.

1.2 Review Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu mengenai persepsi kenyamanan, persepsi kegunaan, kebiasaan, kepuasan dan niat keberlanjutan penggunaan yang pernah dilakukan diantaranya adalah :

Tabel 2.1 Review Penelitian Terdahulu

Penulis	Research Model	Variabel	Hasil
Shiau dan Luo, 2012	<i>Expectation Confirmation Theory (ECT)</i>	<i>Confirmation, Habit, User Involvement, Perceived Enjoyment, Satisfaction, Continuance Intention</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Niat keberlanjutan penggunaan dalam menggunakan blog sangat dipengaruhi oleh <i>user involvement, persepsi kenyamanan, dan kepuasan.</i> - Kepuasan dalam menggunakan

			blog dipengaruhi oleh persepsi kenyamanan diikuti oleh <i>user involvement</i> dan <i>confirmation expectation</i> .
Pereira et al, 2015	<i>decomposed expectancy disconfirmation theory (DEDT)</i>	<i>Usability, Usability Disconfirmation, Value, Value Disconfirmation, Quality, Quality Disconfirmation, User satisfaction, Continuance Use</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Ada hubungan antara <i>quality, usability, value and value disconfirmation</i> dan <i>satisfaction</i>. - Kepuasan terbukti berpengaruh terhadap niat keberlanjutan penggunaan.
Khedhaouria dan Kheldi, 2014	TAM	<i>Perceived ease of use, percieved usefulness, perceived enjoyment, gender, Continuance Intention.</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Persepsi kenyamanan berpengaruh terhadap niat keberlanjutan penggunaan hanya pada pria saja. - Persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan dalam penggunaan berpengaruh signifikan terhadap niat keberlanjutan penggunaan dalam penggunaan <i>mobile internet service</i> baik pria maupun wanita.
Bataineh et al,	Berbagai	<i>Perceived</i>	- <i>Perceived</i>

2015	<i>research model</i>	<i>usefulness, perceived ease of use, perceived trust, perceived enjoyment, subjective norms, satisfaction, dan Continuance Intention</i>	<i>usefulness, perceived ease of use, perceived trust, perceived enjoyment, subjective norms</i> berpengaruh terhadap <i>satisfaction</i> dan <i>continuance intention</i>
Purnamasari dan Advensia, 2014	TAM	<i>percieved usefulness, perceived ease of use, perceived enjoyment, computer self effficay, intention to use</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Perceived usefulness</i> dan <i>perceived enjoyment</i> signifikan berpengaruh terhadap <i>behavioral intention</i>. - Persepsi kenyamanan sebagai penentu dan juga berpengaruh postif dan signifikan terhadap niat keberlanjutan penggunaan. - Persepsi kenyamanan berpengaruh terhadap niat keberlanjutan penggunaan di mediasi oleh persepsi kegunaan.
Lukman et al, 2016	ECM	<i>percieved usefulness,</i>	- <i>Perceived compatibility</i> and <i>perceived enjoyment</i> secara

		<i>Perceived Ease of Use, Perceived Compability, Confirmation, Satisaction, Continuance Intention</i>	positif berpengaruh terhadap <i>continuance intentio</i> . - <i>Perceived ease of use</i> tidak berpengaruh terhadap <i>continuqnce intention</i> .
Wang et al, 2016	ECM	<i>percieved usefulness, Confirmation, Perceived Critical Mass, habit, Satisfaction, Continuance Intention</i>	- <i>Perceived usefulness</i> mempunyai pengaruh lebih kuat terhadap <i>satisfaction</i> daripada <i>confirmation</i> . - <i>Satisfaction</i> (kepuasan) dan <i>perceived critical mass</i> adalah 2 <i>antecedents</i> yang utama dalam mempengaruhi <i>Habit</i> (kebiasaan). - Kebiasaan berpengaruh lebih kuat pada wanita terhadap niat keberlanjutan penggunaan, tetapi persepsi kegunaan yang berpengaruh lebih kuat pada pria terhadap niat keberlanjutan penggunaan.
Hsiao et al, 2015	Berbagai <i>research model</i>	<i>percieved usefulness, perceived enjoyment, Social</i>	- 3 <i>antecedents</i> (<i>utilitarian, hedonic, social perspective</i>)

		<i>Ties, Satisfaction, habit, Continuance Intention</i>	berpengaruh positif terhadap kepuasan dan kebiasaan dalam menggunakan <i>social apps</i> . - Persepsi kenyamanan lebih kuat pengaruhnya terhadap kepuasan dan kebiasaan.
Hu dan Zhang, 2016	ECM, TAM, dan <i>experiential values</i>	<i>Confirmation, Perceived Ease of Use, percieved usefulness, Experiential Value, Satisfaction, Continuance Intention</i>	- Kepuasan dan persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap niat keberlanjutan penggunaan. - Kepuasan signifikan dipengaruhi oleh <i>confirmation, usefulness, dan values</i> . - <i>Confirmation</i> berpengaruh positif terhadap <i>perceived ease of use</i> dan <i>usefulness</i> . - <i>Perceived ease of use</i> berpengaruh terhadap <i>usefulness</i> .
Xu, 2014	UTAUT2	<i>achievement, social influence, perceived enjoyment, fantasy,</i>	- <i>Social influence</i> merupakan <i>determinant</i> yang paling penting dalam niat keberlanjutan

		<i>price value, habit, Continuance Intention.</i>	<p>penggunaan menggunakan <i>Social Network Games</i>, diikuti <i>habit, fantasy, achievement</i>, dan <i>price value</i>.</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>User experience</i> dan <i>age</i> tidak sebagai moderator akan tetapi <i>gender</i> menjadi moderator dalam <i>social influence, Perceived enjoyment</i> dan <i>price value</i> berpengaruh terhadap niat keberlanjutan penggunaan.
Oghuma et al, 2016	ECM	<i>Service quality, confirmation, usefulness, enjoyment, user interface, perceived security, saisfaction, Continuance Intention</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Persepsi kenyamanan merupakan faktor penting dalam menentukan level kepuasan pengguna dan niat keberlanjutan penggunaan dalam menggunakan <i>Mobile Instant Messaging (MIM)</i>. - <i>Perceived security</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.
Zhao et al, 2015	ECM-ISC	<i>System quality, information quality, service</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Persepsi kegunaan, konfirmasi terhadap ekspektasi

		<i>quality,</i> <i>confirmation,</i> <i>percieved</i> <i>usefulness,</i> <i>satisfaction, habit,</i> <i>perceived cost,</i> <i>Continuance</i> <i>Intention,</i> <i>continuance usage</i>	<p>pengguna dan kepuasan adalah bagian penting dalam keberlanjutan penggunaan <i>m-library</i>.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kebiasaan yang negatif berpengaruh terhadap keberlanjutan penggunaan dan perilaku dalam menggunakan. - <i>System quality, information quality</i> dan <i>service quality</i> berpengaruh signifikan terhadap konfirmasi dan keberlanjutan penggunaan
Ofori, et al, 2016	ECM-ISC	<i>Privacy concern,</i> <i>perceived ease of use,</i> <i>percieved</i> <i>usefulness,</i> <i>perceived</i> <i>enjoyment,</i> <i>perceived risk,</i> <i>satisfaction,</i> <i>Continuance</i> <i>Intention</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Perceived usefulness, perceived risk</i> dan <i>perceived enjoyment</i> berpengaruh terhadap <i>satisfaction</i>. - <i>Satisfaction</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>continuance intention</i>. - <i>Perceived risk, privacy oncern</i> dan <i>Continuance Intention</i> di mediasi oleh <i>satisfaction</i>.
Dang dan	-	<i>Image</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Hasilnya menunjukkan

Nguyen, 2015		<i>characteristics,</i> <i>communication</i> <i>characteristics,</i> <i>attractive</i> <i>characteristics,</i> <i>perceived</i> <i>co</i> <i>presence,</i> <i>perceived</i> <i>enjoyment,</i> <i>satisfaction,</i> <i>Continuance</i> <i>Intention</i>	<p>bahwa hal-hal yang penting yang menggunakan <i>gamers</i> dalam menggunakan <i>online games</i> secara berkelanjutan adalah <i>perceived enjoyment</i> yang disebabkan oleh kepuasan dalam menggunakan <i>online games</i> tersebut.</p>
Rila Anggraeni, 2015	TAM	<p>Persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan dan niat untuk menggunakan</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan. - Persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan. - Niat menggunakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan aktual layanan jejaring sosial berbasis lokasi.

Tabel 2.2 Referensi Penelitian Terdahulu

No	Sumber	Persepsi Kenyamanan (X1)	Persepsi Kegunaan (X2)	Kebiasaan (X3)	Kepuasan (X4)	Niat keberlanjutan penggunaan (Y)
1	Lung Shiau dan Luo, 2012	√		√	√	√
2	Pereira et al, 2015				√	√
3	Khedhaouria dan Kheldi, 2014	√	√			√
4	Bataineh et al, 2015	√	√		√	√
5	Purnamasari dan Advensia, 2014	√	√			√
6	Lukman et al, 2016		√		√	√
7	Praveena dan Thomas, 2014	√	√			√

8	Ramos de-Luna, Rios, Cabanillas dan Gil de Luna, 2017		√			√
9	Wang et al, 2016		√	√	√	√
10	Hadji Ing dan Degoulet, 2016		√		√	√
11	Nguyen, 2015	√				√
12	Hsiao et al, 2015	√	√	√	√	
13	Hu dan Zhang, 2016		√		√	√
14	Xu, 2014	√		√		√

15	Oghuma, et al, 2016	√	√		√	√
16	Zhao et al, 2015		√	√	√	√
17	Ofori et al, 2016	√	√		√	√
18	Chinomo na, 2013	√				√
19	Dang dan Nguyen, 2015	√			√	√
20	Hussain, Mkpojiog u dan Mat Yusof, 2016	√	√			
21	Rila Anggraen i, 2015		√			√

1.3 Kerangka Teoretik

Peneliti berusaha menjelaskan pengaruh persepsi kenyamanan, persepsi kegunaan, kepuasan, dan kebiasaan terhadap niat keberlanjutan penggunaan pada penggunaan aplikasi penunjuk jalan. Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya, dijelaskan bahwa persepsi kenyamanan berpengaruh terhadap niat keberlanjutan penggunaan dimediasi oleh persepsi kegunaan. Hasil dari penelitian tersebut yaitu semakin tinggi tingkat kenyamanan yang dirasakan pengguna terhadap aplikasi tersebut maka semakin tinggi pula manfaat yang dirasakan sehingga menimbulkan niat untuk menggunakan aplikasi tersebut secara *continue*.²¹

Persepsi kegunaan berpengaruh positif secara langsung terhadap kepuasan dibandingkan dengan *confirmation*. Hasilnya mengindikasikan bahwa persepsi pengguna mengenai kegunaan adalah faktor penentu utama dari tingkat kepuasan.²² Menurut penelitian Hsiao *et. al* bahwa kepuasan, persepsi kenyamanan, kebiasaan, dan *social ties* berpengaruh secara signifikan terhadap niat keberlanjutan penggunaan dari *social apps*. Selain itu dari penelitian tersebut menjelaskan bahwa ada pengaruh persepsi kenyamanan terhadap kepuasan, kebiasaan dan niat keberlanjutan penggunaan. Persepsi kegunaan berpengaruh terhadap kepuasan dan kebiasaan. Dalam konteks penggunaan sistem informasi, beberapa penelitian telah melakukan verifikasi bahwa kepuasan erat kaitannya

²¹ Purnamasari dan Advensia, *op. cit.*, p. 24

²² Lingyu Wang, *et al.*, "Modeling of Causes of Sina Weibo Continuance Intention with Mediation of Gender Effects", *Frontiers in Psychology*, Vol. 7, April 2016, p. 8

dengan kebiasaan. Hal ini didukung oleh Wang *et. al*, bahwa kepuasan dalam penggunaan *social networking* berpengaruh terhadap kebiasaan.²³

Tabel 2.3 Jurnal-Jurnal Pendukung Kerangka Penelitian

Hipotesis	Variabel Bebas	Variabel Terikat	Jurnal	Penulis
H1	Persepsi Kenyamanan	Persepsi Kegunaan	<i>Factor Influencing Of Usage Accounting Game: Study Of Learning By Game And Theory Acceptance Model</i>	Purnamasari dan Advensia, 2014
H2	Persepsi Kegunaan	Kepuasan	<i>Determinants of Continuance Intention to Use Social Networking Sites SNS's: Studying the Case of Facebook</i>	Bataineh et al, 2015
			<i>Predicting Continuance Intention in Mobile Commerce Usage Activities: The Effects of Innovation Attributes</i>	Lukman et al, 2016
			<i>Modeling of Causes of Sina Weibo Continuance Intention with Mediation of Gender Effects</i>	Wang et al, 2016
			<i>Information System End-user Satisfaction and Continuance</i>	Hadji Ing dan Degoulet, 2016

²³ Lingyu Wang, *et al.*, *op. cit.*, p. 4

			<i>Intention: a Unified Modeling Approach</i>	
			<i>Exploring the influential factors in continuance usage of mobile social Apps: Satisfaction, habit, and customer value perspectives</i>	Hsiao et al, 2015
			<i>Understanding Chinese Undergraduates' Continuance Intention to Use Mobile Book-Reading Apps: An Integrated and Empirical Study</i>	Hu & Zhang, 2016
			<i>An expectation-confirmation model of Continuance Intention to use mobile instant messaging</i>	Oghuma et al, 2016
			<i>Understanding Mobile Library Apps Continuance Usage in China: A Theoretical Framework and Empirical Study</i>	Zhao et al, 2015
			<i>Factors Influencing the Continuance Use of Mobile Social Media: The Effect of Privacy Concerns</i>	Ofori et al, 2016
H3	Persepsi Kegunaan	Kebiasaan	<i>Exploring the influential factors in continuance usage of mobile social Apps: Satisfaction, habit,</i>	Hsiao et al, 2015

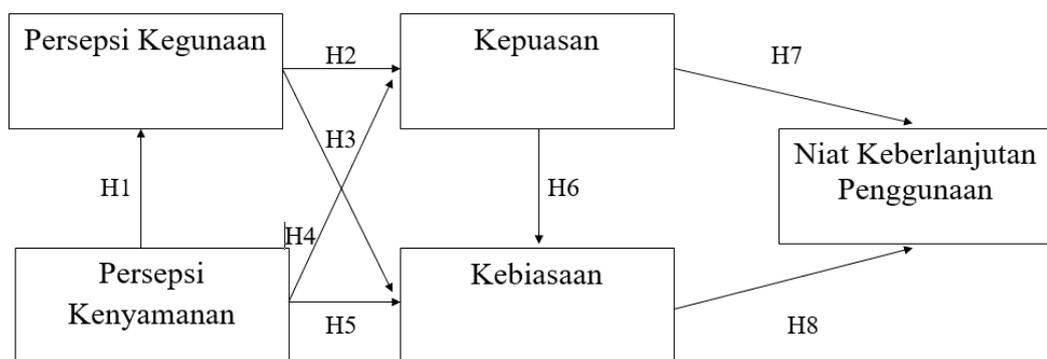
			<i>and customer value perspectives</i>	
H4	Persepsi Kenyamanan	Kepuasan	<i>Determinants of Continuance Intention to Use Social Networking Sites SNS's: Studying the Case of Facebook</i>	Bataineh et al, 2015
			<i>Exploring the influential factors in continuance usage of mobile social Apps: Satisfaction, habit, and customer value perspectives</i>	Hsiao et al, 2015
			<i>An expectation-confirmation model of Continuance Intention to use mobile instant messaging</i>	Oghuma et al, 2016
			<i>Factors Influencing the Continuance Use of Mobile Social Media: The Effect of Privacy Concerns</i>	Ofori et al, 2016
			<i>The Intention To Play Online Mobile Games In Ho Chi Minh City, Vietnam</i>	Dang dan Nguyen, 2015
			<i>Continuance Intention of blog users : the impact of perceived enjoyment, habit, user involvement and blogging time</i>	Lung Shiau dan Luo, 2012
H5	Persepsi Kenyamanan	Kebiasaan	<i>Exploring the influential factors in continuance usage of mobile social Apps:</i>	Hsiao et al, 2015

			<i>Satisfaction, habit, and customer value perspectives</i>	
H6	Kepuasan	Kebiasaan	<i>Modeling of Causes of Sina Weibo Continuance Intention with Mediation of Gender Effects</i>	Wang et al, 2016
H7	Kepuasan	Niat keberlanjutan penggunaan	<i>Continuance Intention of blog users : the impact of perceived enjoyment, habit, user involvement and blogging time</i>	Lung Shiau dan Luo, 2012
			<i>Use Of Virtual Learning Environments: A Theoretical Model Using Decomposed Expectancy Disconfirmation Theory</i>	Pereira et al, 2015
			<i>Determinants of Continuance Intention to Use Social Networking Sites SNS's: Studying the Case of Facebook</i>	Bataineh et al, 2015
			<i>Predicting Continuance Intention in Mobile Commerce Usage Activities: The Effects of Innovation Attributes</i>	Lukman et al, 2016
			<i>Modeling of Causes of Sina Weibo Continuance Intention with Mediation of Gender</i>	Wang et al, 2016

			<i>Effects</i>	
			<i>Information System End-user Satisfaction and Continuance Intention: a Unified Modeling Approach</i>	Hadji Ing & Degoulet, 2016
			<i>Understanding Chinese Undergraduates' Continuance Intention to Use Mobile Book-Reading Apps: An Integrated and Empirical Study</i>	Hu dan Zhang, 2016
			<i>An expectation-confirmation model of Continuance Intention to use mobile instant messaging</i>	Oghuma, et al, 2016
			<i>Understanding Mobile Library Apps Continuance Usage in China: A Theoretical Framework and Empirical Study</i>	Zhao et al, 2015
			<i>Factors Influencing the Continuance Use of Mobile Social Media: The Effect of Privacy Concerns</i>	Ofori et al, 2016
			<i>The Intention To Play Online Mobile Games In Ho Chi Minh City, Vietnam</i>	Dang dan Nguyen, 2015

H8	Kebiasaan	Niat Keberlanjutan Penggunaan	<i>Modeling of Causes of Sina Weibo Continuance Intention with Mediation of Gender Effects</i>	Wang et al, 2016
			<i>Understanding Users' Continued Use of Online Games: An Application of UTAUT2 in Social Network Games</i>	Xu, 2014
			<i>Understanding Mobile Library Apps Continuance Usage in China: A Theoretical Framework and Empirical Study</i>	Zhao et al, 2015

Adapun dari pernyataan- pernyataan diatas, didapatkan gambar konsep model pemikiran sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Teoretik

1.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan pernyataan mengenai dugaan adanya hubungan antara dua atau lebih variabel. Hipotesis selalu mengambil bentuk kalimat pernyataan dan menghubungkan secara umum maupun khusus variabel yang satu dengan variabel lainnya.²⁴ Hipotesis juga dapat didefinisikan sebagai pernyataan mengenai hal-hal yang dinilai benar atau salah (proposisi) yang ditetapkan sebagai penjelasan untuk terjadinya suatu atau beberapa fenomena tertentu, yang hanya ditegaskan sebagai dugaan sementara untuk memandu penelitian atau diterima sebagai fakta yang kuat.²⁵ Dari penjelasan-penjelasan sebelumnya, maka hipotesis yang dirumuskan adalah sebagai berikut :

H1 : Terdapat pengaruh persepsi kenyamanan terhadap persepsi kegunaan secara signifikan.

H2 : Terdapat pengaruh persepsi kegunaan terhadap kepuasan secara signifikan.

H3 : Terdapat pengaruh persepsi kegunaan terhadap kebiasaan secara signifikan.

H4 : Terdapat pengaruh persepsi kenyamanan terhadap kepuasan secara signifikan.

H5 : Terdapat pengaruh persepsi kenyamanan terhadap kebiasaan secara signifikan.

H6 : Terdapat pengaruh kepuasan terhadap kebiasaan secara signifikan.

H7 : Terdapat pengaruh kepuasan terhadap niat keberlanjutan penggunaan secara signifikan.

²⁴ Kerlinger F. N & Lee H. B, *Foundations of Behavioral Research 4th Edition* (Wadsworth : Thomas Learning, 2000), p.30

²⁵ C. R. Kothari, *Research Methodology Methods and Techniques, Second Revised Edition* (Jaipur: New Age International (P) Ltd, 2004), p. 182

H8 : Terdapat pengaruh kebiasaan terhadap niat keberlanjutan penggunaan secara signifikan.

BAB III

METODE PENELITIAN

1.1 Tujuan Penelitian

Penulis mendapati beberapa tujuan dalam penelitian ini guna memecah rumusan masalah yang ada. Karena itu beberapa tujuan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh signifikan persepsi kenyamanan terhadap persepsi kegunaan.
2. Untuk mengetahui pengaruh signifikan persepsi kegunaan terhadap kepuasan.
3. Untuk mengetahui pengaruh signifikan persepsi kegunaan terhadap kebiasaan.
4. Untuk mengetahui pengaruh signifikan persepsi kenyamanan terhadap kepuasan.
5. Untuk mengetahui pengaruh signifikan persepsi kenyamanan terhadap kebiasaan.
6. Untuk mengetahui pengaruh signifikan kepuasan terhadap kebiasaan.
7. Untuk mengetahui pengaruh signifikan pengaruh kepuasan terhadap niat keberlanjutan penggunaan.
8. Untuk mengetahui pengaruh signifikan kebiasaan terhadap niat keberlanjutan penggunaan.

1.2 Objek dan Ruang Lingkup Penelitian

1.2.1 Waktu Serta Tempat Penelitian

Mengenai masa penelitian, peneliti memperhitungkan waktu pelaksanaannya pada bulan Agustus sampai September 2017. Selain itu area atau tempat penelitian yang akan diteliti meliputi pada area Jakarta.

1.2.2 Objek Penelitian

Berdasarkan pemaparan di latar belakang, terdapat bahwa dalam penelitian ini, penggunaan aplikasi penunjuk jalan yang paling populer dijadikan objek dalam penelitian. Sehingga variabel-variabel yang ditentukan akan memiliki kaitan dengan aplikasi penunjuk jalan.

1.3 Metode Penelitian

Menurut Sugiyono, metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dibuktikan, dan dikembangkan suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah.¹

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut pemaparan Shukla, metode penelitian kuantitatif,² berusaha untuk mengukur data dan secara umum menerapkan beberapa analisis statistikal. Mereka memberi penekanan berat pada penggunaan pertanyaan formal dan opsi respon yang ditentukan dalam kuesioner atau survei yang diberikan kepada sejumlah besar

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi dengan Metode R&D*. (Bandung : CV Alfabeta, 2008) p.4

² Paurav Shukla, *Essentials of Marketing Research* (Frederiksberg : Ventus Publications, 2008), p. 32

responden. Saat ini, penelitian kuantitatif umumnya terkait dengan survei dan eksperimen dan masih dianggap andalan industri riset untuk mengumpulkan data pemasaran.

1.4 Populasi, Sampel, dan Sumber Data

1.4.1 Populasi

Menurut Sekaran, populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal-hal yang menarik yang peneliti ingin selidiki.³ Sedangkan menurut Pandey, populasi berarti, seluruh massa pengamatan, yang merupakan kelompok induk dari mana sampel akan terbentuk. Dalam survei sensus, jumlah individu (pria, wanita dan anak-anak) dikenal sebagai populasi.⁴ Namun pada metodologi penelitian, populasi berarti karakteristik kelompok tertentu.

Adapun populasi di dalam penelitian ini adalah wanita dan pria yang pernah atau rutin menggunakan aplikasi penunjuk jalan di area Jakarta.

Tabel 3.1 Literatur Jurnal

No	Sumber	Jumlah Responden	Teknik Pemilihan Responden	Karakteristik Responden	Tempat Penelitian	Teknik Analisis Data
1	Shiau dan Luo, 2012	430 Responden	Purposive Sampling	Para pengguna blog yang mempunyai	Taiwan	• Terdapat uji validitas

³ Uma Sekaran, *Research Methods For Business A Skill Building Approach Fourth Edition* (New York: John Wiley & Sons Inc, 2003) p. 265

⁴ Dr. Prabhat Pandey dan Dr. Meenu Mishra Pande, *Research Methodology: Tools and Techniques* (Buzau: Bridge Center, 2015), p. 40

				pengalaman menggunakan internet diatas 3 tahun.		<ul style="list-style-type: none"> • dan uji reliabilitas • Uji SEM
2	Pereira et al, 2015	405 Responden	Purposive Sampling	Para pelajar yang melakukan proses belajar jarak jauh	Brazil	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat uji validitas dan uji reliabilitas • Uji SEM
3	Khedhaouria dan Kheldi, 2014	623 Responden	Purposive Sampling	Responden yang menggunakan <i>Mobile Internet Service</i>	France Bussiness School	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat uji validitas dan uji reliabilitas
4	Purnamasari dan Advensia, 2014	110 Responden	Purposive Sampling	Para responden yang belajar <i>Accounting</i>	Soegijapranata Catholic University (Semarang)	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan metode Partial Least Square method of Structural Equation Modeling (PLS-SEM) • Terdapat uji validitas dan uji reliabilitas
5	Hsiao et al, 2015	378 Responden	Purposive Sampling	Para pelajar yang memiliki pengalaman menggunakan aplikasi media sosial	Taiwan	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat uji validitas dan uji reliabilitas • Uji SEM

6	Hu dan Zhang, 2016	315 Responden	Purposive Sampling	Para pelajar yang memiliki pengalaman menggunakan aplikasi <i>mobile-book reading</i>	China	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat uji validitas dan uji reliabilitas • Uji SEM
7	Xu, 2014	3.919 Responden	Purposive Sampling	Para responden yang merupakan <i>player</i> dari <i>Social Network Games</i>	China	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat uji validitas dan uji reliabilitas • Uji SEM
8	Zhao et al, 2015	396 Responden	Purposive Sampling	Para responden yang merupakan pengguna <i>mobile library</i>	China	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat uji validitas dan uji reliabilitas • Uji SEM
9	Ofori et al, 2016	262 Responden	Purposive Sampling	Para pelajar yang menggunakan media sosial.	Ghana	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat uji validitas dan uji reliabilitas • Uji PLS - SEM
10	Rila Anggraeni, 2015	100 Responden	Purposive Sampling	Para mahasiswa yang menggunakan layanan jejaring sosial berbasis lokasi minimal sekali dalam seminggu.	Malang	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat uji validitas dan uji reliabilitas • Uji PLS - SEM

1.4.2 Sampel

1.4.2.1 Teknik Pemilihan Sampel

Menurut Sekaran, sampel adalah bagian dari populasi. Ini terdiri dari beberapa anggota yang dipilih darinya. Dengan kata lain, beberapa, tapi tidak semua, unsur populasi akan membentuk sampel. Dengan mempelajari sampel, peneliti harus dapat menarik kesimpulan yang dapat disosialisasikan kepada populasi yang diminati.⁵

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik *nonprobability sampling*, yaitu prosedur sampling yang tidak memberikan dasar untuk memperkirakan probabilitas bahwa setiap item dalam populasi termasuk dalam sampel. Dalam *nonprobability sampling*, metode sampling dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* karena peneliti memperoleh informasi dari responden yang memenuhi kriteria dan pertimbangan tertentu.

Menurut Hair *et al.*,⁶ ada beberapa masukan yang dapat digunakan sebagai pedoman dalam menentukan ukuran sampel dalam analisis SEM, yaitu :

1. Ukuran sampel 100 -200 untuk teknik estimasi *maximum likelihood (ML)*.
2. Bergantung pada jumlah parameter yang diestimasi. Pedomannya adalah 5-10 kali jumlah parameter yang diestimasi.

⁵ Uma Sekaran, *op. cit.*, p. 266

⁶ Hair, et. al, *Multivariate Data Analysis, Seventh Editions* (New Jersey: Prentice Hall, 2010) p.643

3. Bergantung pada jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel bentukan. Jumlah sampel adalah jumlah indikator variabel bentukan, yang dikali 5 sampai 10. Apabila terdapat 20 indikator, besarnya sampel adalah antara 100-200.
4. Jika sampelnya sangat besar, peneliti dapat memilih teknik estimasi tertentu.

Sesuai dengan teori Hair *et al.*, maka pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu merujuk pada poin pertama ketentuan ukuran sampel 100-200 untuk teknik estimasi *maximum likelihood (ML)*. Peneliti akan menggunakan sampel sebesar 200 untuk menggunakan sampel yang maksimal.

1.4.3 Sumber Data

1.4.3.1 Data Primer

Menurut pemaparan Smith, data primer dikumpulkan oleh peneliti. Responden diberikan pertanyaan sedangkan peneliti mengumpulkan tanggapan. Ini bisa dalam bentuk lisan atau tulisan. Tanggapan juga bisa diamati melalui perilaku responden. Mengumpulkan data primer sangat penting dalam menemukan solusi untuk masalah penelitian.⁷

Menurut Andi Supangat, data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti, baik dari objek individual

⁷ Scott M. Smith dan Gerald S. Albaum, *Basic Marketing Research: Volume 1 Handbook for Research Professionals* (Provo: Qualtrics Labs, Inc, 2012), p. 29

(*responden*) maupun dari suatu instansi yang dengan sengaja melakukan pengumpulan data dari instansi-instansi atau badan lainnya untuk keperluan penelitian dari pengguna.⁸

Dapat disimpulkan bahwa data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti, dapat dilakukan dengan wawancara dengan piha-pihak yang berhubungan dengan penelitian maupun dengan kuesioner. Pengumpulan data primer dalam penelitian ini didapat melalui kuesioner.

1.5 Teknik Pengumpulan Data

Pada tahap pengumpulan data, penulis melakukan pengumpulan informasi dari beberapa sumber, guna mendukung penelitian, termasuk data primer maupun data sekunder. Sehingga terdapat beberapa teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, akan dipaparkan selanjutnya.

1.5.1 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah

⁸ Andi Supangat, Statistik Dalam Kajian Deskriptif, Inferensi, dan Nonparametrik (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2010) p.2

responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet.⁹

1.6 Operasional Variabel dan Skala

1.6.1 Operasional Variabel

Variabel adalah konsep yang dapat mengambil nilai kuantitatif yang berbeda. Sebagai contoh, tinggi, berat, pendapatan, umur dan lain-lain. Fokus utama dari kajian ilmiah ini adalah untuk menganalisis hubungan fungsional variabel. Variabel adalah kuantitas yang dapat bervariasi dari satu individu ke individu lainnya. Kuantitasnya bisa bermacam-macam dari orang ke orang. Menurut Pandey *et. al.*, variabel adalah properti yang diambil dengan nilai yang berbeda.¹⁰

Dijelaskan juga beberapa jenis variabel, antara lain:

1. Variabel Terikat:

Jika satu variabel tergantung atau merupakan konsekuensi dari variabel lainnya, maka variabel tersebut disebut sebagai variabel terikat atau dependen. Variabel kriteria adalah dasar keefektifan variabel eksperimen yang dipelajari.

2. Variabel Bebas:

⁹ Sugiyono, *op. cit.*, p.162

¹⁰ Dr. Prabhat Pandey dan Dr. Meenu Mishra Pandey, *op. cit.*, p. 30

Variabel yang diturunkan dari variabel terikat disebut sebagai variabel bebas atau independen. Variabel yang efeknya diketahui, dikenal sebagai variabel eksperimental.

Dari pemaparan tentang operasional variabel, maka dapat dilihat bagian yang lebih operasional, meliputi: variabel, konsep variabel, subvariabel, indikator, nomor item dan skala pengukuran. Berikut pemaparan tentang nilai-nilai operasional itu, melalui Tabel 3.2:

Tabel 3.2 Operasional Variabel

Variabel	Jurnal	Indikator	Penerapan
Persepsi Kenyamanan	Hsiao et al (2015)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Using this social App is pleasurable.</i> • <i>I have fun using this social App.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan aplikasi penunjuk jalan sangat menyenangkan. • Saya lebih nyaman dalam menggunakan aplikasi penunjuk jalan dalam mencari suatu lokasi.
	Dang & Nguyen (2015)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>I felt attracted to online mobile games.</i> • <i>I think online mobile game is a good way of sharing information.</i> • <i>I think there are many new features to explore in online mobile games.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Saya merasa tertarik menggunakan aplikasi penunjuk jalan. • Menurut saya, aplikasi penunjuk jalan bisa digunakan untuk sarana <i>sharing</i> informasi. • Menurut saya, aplikasi penunjuk jalan mempunyai banyak fitur dalam menggunakannya.
	Oghuma et. al (2015)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>I find the MIM useful in my daily life</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Aplikasi penunjuk jalan sangat bermanfaat di kehidupan sehari-hari saya.
	Wang et. al (2016)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>The advantages of Sina Weibo</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Aplikasi penunjuk jalan lebih banyak

Persepsi Kegunaan		<p><i>outweigh the disadvantages.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Overall, using Sina Weibo is advantageous</i> 	<p>keuntungannya daripada kerugiannya.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Secara keseluruhan, aplikasi penunjuk jalan sangat menguntungkan bagi saya.
	Ramos de Luna et. al (2016)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Using NFC mobile payment makes the handling of payments easier</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan aplikasi penunjuk jalan, dalam melakukan sesuatu menjadi lebih mudah.
	Hu dan Zhang (2015)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Using mobile book-reading app(s) enables me to gain books more effectively than other ways.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan aplikasi penunjuk arah lebih efektif dibandingkan dengan menggunakan cara lain.
	Zhao et. al (2015)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Using m-library apps can boost my study and work efficiency</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan aplikasi penunjuk arah membuat waktu saya lebih efisien.
Kebiasaan	Shiau dan Luo (2012)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>The use of blogs has become a habit for me.</i> • <i>I must use blogs.</i> • <i>Using blogs has become natural to me.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan aplikasi penunjuk jalan menjadi kebiasaan bagi saya. • Saya harus menggunakan aplikasi penunjuk jalan. • Menggunakan aplikasi penunjuk jalan sudah menjadi natural bagi saya.
	Hsiao et al (2015)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>I am addicted to using this social App.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Saya menjadi ketergantungan menggunakan aplikasi penunjuk jalan.

	Wang et. al (2016)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Using Sina Weibo has become automatic to me.</i> • <i>When faced with a particular task, using Sina Weibo is an obvious choice for me</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Saat dihadapkan pada pencarian lokasi, secara otomatis saya menggunakan aplikasi penunjuk jalan. • Saat dihadapkan pada pencarian lokasi, menggunakan aplikasi penunjuk jalan merupakan pilihan yang tepat bagi saya.
Kepuasan	Shiau dan Luo (2012)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>I am satisfied with my decision on blog use.</i> • <i>I am happy with my earlier decisions to use blog.</i> • <i>My experience with using blog was very satisfactory.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Saya sangat puas dengan pilihan saya terhadap aplikasi penunjuk jalan dalam pencarian lokasi. • Saya senang dengan keputusan saya memilih aplikasi penunjuk jalan. • Pengalaman saya dengan menggunakan aplikasi penunjuk jalan pun sangat memuaskan.
	Hsiao et al (2015)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>I think I made the correct decision in using this social App.</i> • <i>I am satisfied with the social App I have downloaded.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Saya rasa saya membuat keputusan yang benar dalam menggunakan aplikasi penunjuk jalan ini. • Saya puas telah mengunduh aplikasi penunjuk jalan.
	Dang dan Nguyen (2015)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>I like the game content of online games.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Saya sangat senang dengan fitur-fitur yang ada di aplikasi penunjuk jalan.

Niat Keberlanjutan Penggunaan	Hsiao et al (2015)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>I intend to continue using this social App in the future.</i> • <i>I will always try to use this social App in my daily life.</i> • <i>I will keep using this social App as regularly as I do now.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Saya berniat untuk terus menggunakan aplikasi penunjuk jalan. • Saya akan menggunakan aplikasi penunjuk jalan dalam keseharian saya. • Saya akan terus menggunakan aplikasi penunjuk jalan di kemudian hari.
	Dang dan Nguyen (2015)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>I believe my interest towards the game update will increase in future</i> • <i>I will continue to play online games in the future</i> • <i>I recommend online mobile games to others who intend to play new mobile games</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Saya percaya, saya akan tetap menggunakan aplikasi penunjuk jalan. • Saya percaya minat saya akan meningkat di masa depan, terhadap pembaharuan fitur aplikasi penunjuk jalan. • Saya akan merekomendasikan aplikasi penunjuk jalan kepada orang lain yang berminat dalam melakukan pencarian lokasi.

1.6.2 Skala

Menurut Sekaran, skala adalah alat atau mekanisme dimana individu dibedakan mengenai bagaimana perbedaannya satu sama lain terhadap variabel yang ditentukan dalam penelitian. Skala atau alat bisa sangat kasar, dalam artian hanya akan secara luas mengelompokkan individu pada variabel tertentu, atau bisa juga alat yang bagus untuk membedakan individu pada variabel dengan tingkat kecanggihan yang bervariasi.¹¹

Dalam penelitian ini, skala *likert* dipilih untuk mengukur variabel terkait. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Menurut Malhotra¹², skala *likert* dirancang untuk memeriksa seberapa kuat subjek sangat setuju atau sangat tidak setuju dengan pernyataan pada skala 6 poin dengan pemilihan jawaban sebagai berikut:

Tabel 3.3 Bobot Penilaian Kuesioner

Pilihan Jawaban		Bobot Nilai
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Kurang Setuju	KS	3
Agak Setuju	AS	4
Setuju	S	5
Sangat Setuju	SS	6

Sumber : Malhotra (2010)

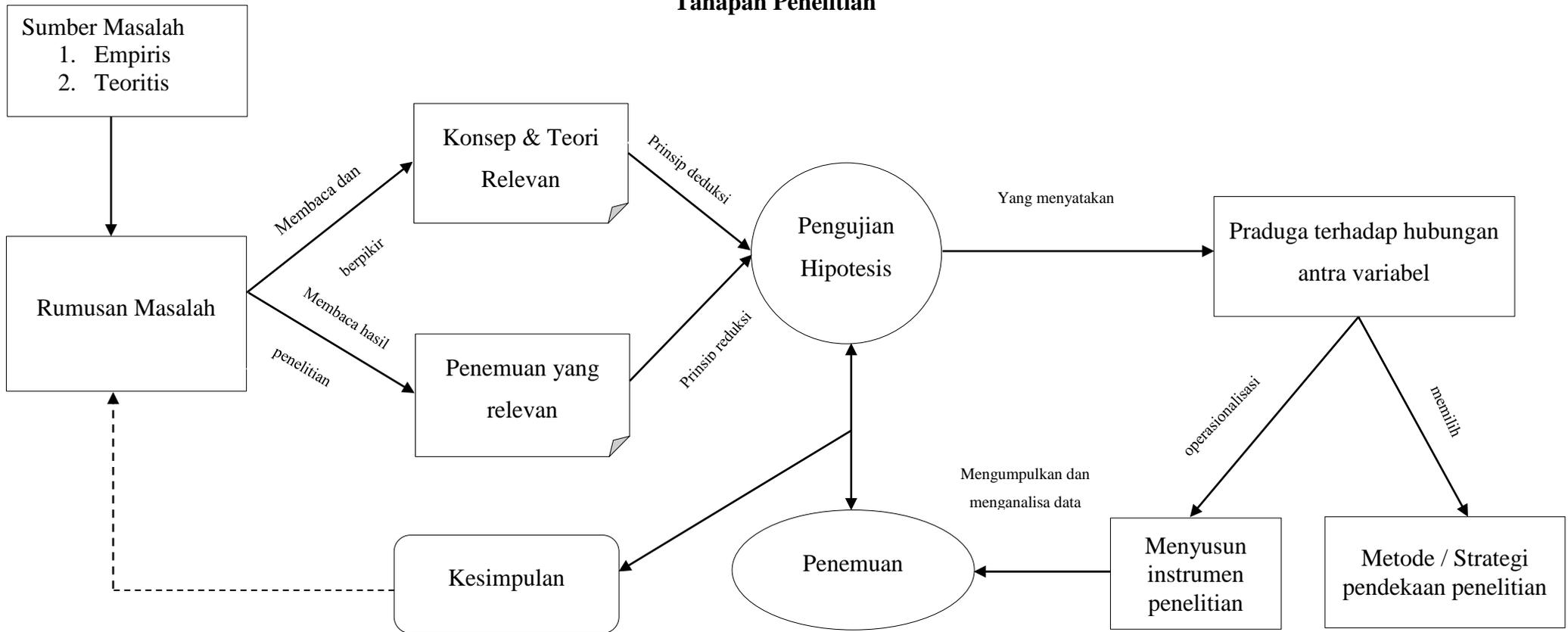
¹¹ Uma Sekaran, *op. cit.*, p.185

¹² Naresh K. Malhotra, *Marketing Research : An Applied Orientation, Sixth Edition* (New Edition : Pearson Education, Inc 2010) p. 276

1.7 Tahapan Penelitian

Adapun pada penelitian ini memiliki beberapa tahapan yang akan digambarkan pada Gambar 3.1.

Gambar 3.1
Tahapan Penelitian



Sumber : Sugiyono (2008)

1.8 Teknik Analisis Data

1.8.1 Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono¹³, statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Sedangkan menurut Arikunto¹⁴, statistik deskriptif adalah statistik yang bertugas mendeskripsikan atau memaparkan gejala hasil penelitian. Analisis data statistik biasa dibedakan menurut banyaknya variabel yang dianalisis. Menurut banyaknya variabel yang dianalisis tersebut secara umum dapat dibedakan adanya analisis statistik, yaitu :

1. Analisis data satu variabel disebut analisis univariat
2. Analisis data lebih dua variabel disebut analisis bivariat
3. Analisis data lebih dari dua variabel atau dikenal dengan banyak variabel disebut analisis multivariat

Menurut Umi Narimawati, langkah-langkah yang harus dilakukan dalam menyajikan analisis statistik deskriptif yaitu¹⁵ :

1. Hasil penilaian indikator dari responden diberikan skor sesuai dengan alternatif jawaban untuk menggambarkan peringkat jawaban.
2. Dilakukan perhitungan total skor setiap variabel atau subvariabel = jumlah skor dari seluruh indikator untuk semua responden

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND* (Bandung : Alfabeta, 2010) p. 169

¹⁴ Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta : Rineka Cipta, 2013) p. 277

¹⁵ Umi Narimawati, *Penulisan Karya Ilmiah* (Jakarta : Penerbit Genesis, 2010) p. 41

3. Dilakukan perhitungan skor setiap variabel atau subvariabel = rata-rata dari total skor
4. Dalam menggambarkan jawaban responden, juga digunakan statistik deskriptif dengan distribusi frekuensi dan tapilan dalam bentuk tabel atau grafik
5. Untuk menjawab deskripsi terhadap masing-masing variabel penelitian, digunakan kriteria penelitian dengan cara skor aktual dibagi skor ideal dikalikan 100%. Skor aktual adalah jawaban dari seluruh responden atas kuesioner yang diberikan. Skor ideal adalah skor atau nilai tertinggi atas jawaban responden dikalikan dengan jumlah responden. Penjelasan bobot nilai skor aktual dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut¹⁶ :

Tabel 3.4 Kriteria Persentase Jawaban Responden

Persentase Jumlah Skor	Kriteria
20,00% - 36,00 %	Tidak Baik
36,01% - 52,00 %	Kurang Baik
52,01% - 68,00 %	Cukup Baik
68,01% - 84,00 %	Baik
84,01 % - 100,00 %	Sangat Baik

Sumber : Umi Narimawati (2010)

Selain itu, penyajian data yang dapat dilakukan dalam analisis statistik deskriptif adalah dengan mencari :

1. Mean

¹⁶ *Ibid.*, p.85

Ukuran tendensi sentral yang paling sering digunakan dalam penelitian adalah mean. Mean adalah nilai rata-rata, rumus yang digunakan yaitu¹⁷ :

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

Keterangan :

\bar{X} = mean

X = nilai mentah yang dimiliki subjek

N = banyaknya subjek yang memiliki nilai

Untuk data bergolong yang tersusun dalam tabel distribusi frekuensi, rumusnya adalah :

$$\bar{X} = \frac{\sum f_i X_i}{\sum f_i}$$

Keterangan :

$\sum f_i$ = jumlah data atau sampel

$f_i X_i$ = perkalian antara (f) pada setiap interval data dengan tanda kelas (x) pada tabel distribusi frekuensi

Statistik deskriptif yang dianalisa berdasarkan nilai rata-rata (mean), dalam memberikan penilaian dari hasil nilai rata-rata (mean) dibuat kriteria

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)* (Bandung : Alfabeta, 2009) p.54

intervalnya. Berikut penilaian enam pilihan jawaban berdasarkan interval rata-ratanya¹⁸ :

Tabel 3.5 Derajat Setiap Variabel

Interval Rata - Rata	Penilaian
$1,00 \leq X \leq 1,80$	Sangat Tidak Setuju
$1,80 \leq X \leq 2,60$	Tidak Setuju
$2,60 \leq X \leq 3,40$	Netral
$3,40 \leq X \leq 4, 20$	Setuju
$4,20 \leq X \leq 5,00$	Sangat Setuju

Sumber: Durianto, Wachidin, Supratikno, dan Sugiarto (2003)

2. Median

Median adalah salah satu teknik penjelasan kelompok yang didasarkan atas nilai tengah kelompok data yang telah disusun dari yang terkecil hingga yang terbesar atau sebaliknya. Rumus menghitung median adalah¹⁹ :

$$Md = b + p \left(\frac{\frac{1}{2}n - F}{f} \right)$$

Keterangan :

Md = Median

¹⁸ Durianto Darmadi, Anton Wachidin Widjaja dan Hendrawan Supratikno, *Inovasi Pasar Dengan Iklan Yang Efektif: Strategi, Program dan Teknik Pengukuran*. (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003) p. 43

¹⁹ Sugiyono, *op.cit.*, p.53

b = batas bawah dimana median akan terletak

p = panjang kelas internal

n = banyaknya data atau jumlah sampel

f = frekuensi kelas media

F = jumlah semua frekuensi sebelum kelas median

3. Modus

Modus adalah teknik penjelasan kelompok yang didasarkan atas nilai yang sering muncul. Rumus menghitung modus adalah²⁰ :

$$Mo = b + p \left(\frac{b_1}{b_1 + b_2} \right)$$

Keterangan :

Mo = Modus

b = batas kelas interval dengan frekuensi terbanyak

p = panjang kelas internal

b_1 = frekuensi pada kelas modus (frekuensi pada kelas interval terbanyak) dikurangi frekuensi kelas interval terdekat selanjutnya

b_2 = frekuensi kelas modus dikurangi kelas interval selanjutnya

4. Standard Deviasi

Standard deviasi dan varians merupakan dua ukuran variabilitas yang sangat sering digunakan dalam menganalisis data yang berjenis interval.

Sebagai bahan dasar untuk menentukan kedua ukuran tersebut adalah

²⁰ *Ibid.*, p. 52

deviasi nilai atau simpangan setiap nilai dari rata-rata kelompoknya. Rumus yang digunakan adalah²¹ :

$$s = \sqrt{\frac{\sum (X_i - \bar{X})^2}{(n-1)}} \quad \text{[2]}$$

Keterangan :

s = simpangan baku sampel

n = jumlah sampe;

5. Varians

Varians adalah kuadrat dari standar deviasi. Varians merupakan jumlah kuadrat semua deviasi-deviasi nilai individual terhadap rata-rata kelompok.

Rumus varians yang digunakan adalah²² :

$$s^2 = \frac{\sum (X_i - \bar{X})^2}{n-1}$$

Keterangan :

s^2 = varians sampel

n = jumlah sampel

n-1 = derajat kebebasan

²¹ *Ibid.*, p. 57

²² *Ibid.*, p.57

6. *Range* (Rentangan)

Ukuran variabilitas yang paling sederhana adalah *range* (rentangan), yang merupakan jarak atau beda antara nilai tertinggi dengan nilai terendah dalam suatu distribusi. Rumus menghitung *range* adalah²³ :

$$R = X_t - X_r$$

Keterangan

R = *Range*

X_t = Nilai tertinggi

X_r = Nilai terendah

7. Uji Keruncingan (*Kurtosis*)

Selain ditinjau dari ketegakannya²⁴, badan kurva juga dapat ditinjau dari ketinggian dan kelebaran yang memberntuk keruncingan kurva. Dengan demikian, ada kurva yang runcing yakni sempit dan tinggi disebut kurva atau distribusi leptokurtik (*leptokurtic distribution*), ada yang cukup yakni kurvanya tidak begitu tinggi dan luas disebut mesokurtik dan distribusi data yang landai disebut platykurtik.

8. Uji Kemencengan (*Skewness*)

Dalam menguji normalitas data dikemukakan bahwa untuk sebuah kurva normal memiliki ciri-ciri khusus, salah satu diantaranya adalah bahwa *mean*, *median*, dan *modus* pada tempat yang sama. Jika ketiga tendensi sentral

²³ Suharsimi Arikunto, *op. cit.*, p. 286

²⁴ *Ibid.*, p. 315

tersebut tidak terletak pada satu tempat maka berarti kurva tersebut juling ke kiri atau ke kanan. Ukuran kemiringan puncak kurva ke kiri atau ke kanan dikenal dengan nama kemencengan kurva (*skewness*). Kemencengan suatu kurva beranda positif jika kurva juling ke kanan atau bertanda negatif jika juling ke kiri. Pengukuran kemencengan suatu distribusi data dirumuskan oleh Karl Pearson dalam bentuk koefisien Pearson, yang dirumuskan sebagai berikut²⁵ :

$$K_m = (\bar{X} - Mo) / SD$$

Keterangan :

K_m = Kemencengan

\bar{X} = mean

Mo = Modus

SD = Standard Deviasi

1.8.2 Uji Validitas

Validitas adalah kriteria yang paling kritis dan menunjukkan sejauh mana instrumen mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas juga dapat dianggap sebagai utilitas. Dengan kata lain, validitas adalah sejauh mana perbedaan yang ditemukan dengan alat ukur mencerminkan perbedaan sebenarnya di antara yang diuji, Kothari (2004).²⁶

²⁵ *Ibid.*, p. 314

²⁶ Kothari, *op. cit.*, p. 73

Menurut Malhotra²⁷, validitas bertujuan untuk mengkonfirmasi kolerasi yang signifikan antara kolerasi dan variabel. Untuk melihat korelasi dalam validitas maka digunakan *factor analysis*. *Factor analysis* merupakan metode multivariat yang digunakan untuk menganalisis variabel-variabel yang diduga memiliki ketertarikan satu sama lain. *Factor analysis* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Exploratory Factor Analysis* (EFA).

EFA berfungsi sebagai penunjuk faktor-faktor yang dapat menjelaskan korelasi antar variabel. Setiap variabel memiliki *factor loading* yang mewakilinya. Menurut Hair *et al.*²⁸, nilai *factor loading* dalam EFA dapat ditentukan berdasarkan jumlah sampel dalam penelitian. Pedoman nilai *factor loading* pada EFA berdasarkan jumlah sampel dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.6:

Tabel 3.6 Nilai *Factor Loading* Berdasarkan Sampel

<i>Factor Loading</i>	Jumlah Sampel
0.30	350
0.35	250
0.40	200
0.45	150
0.50	120
0.55	100
0.60	85
0.65	70
0.70	60
0.75	50

Sumber : *Hair et al (2010)*

²⁷ Naresh K. Malhotra, *op. cit.*, p. 288

²⁸ Hair, et. al, *op. cit.*, p.117

1.8.3 Uji Reliabilitas

Menurut Daymon dan Holloway²⁹, reliabilitas dalam penelitian kuantitatif adalah sejauh mana instrumen penelitian seperti kuesioner, bila digunakan lebih dari satu kali, akan menghasilkan kembali hasil atau jawaban yang sama.

Sedangkan menurut Smith³⁰, reliabilitas berkaitan dengan konsistensi hasil tes terhadap kelompok individu atau lebih dari individu yang sama pada waktu yang berbeda. Skala mungkin bisa diandalkan tapi tidak valid. Keandalan, bagaimanapun, menetapkan batas atas pada validitas. Skala yang tidak dapat diandalkan tidak bisa menjadi valid.

Menurut Kothari³¹, uji reliabilitas adalah tes penting dalam pengukuran lainnya. Alat ukur dapat diandalkan jika memberikan hasil yang konsisten. Alat ukur yang dapat diandalkan berkontribusi terhadap validitas, namun instrumen yang handal tidak perlu menjadi instrumen yang valid. Dua aspek reliabilitas yaitu, stabilitas dan kesetaraan. Aspek stabilitas berkaitan dengan pengulangan hasil yang konsisten dengan pengukuran berulang dari orang yang sama dan dengan instrumen yang sama, sedangkan aspek kesetaraan mempertimbangkan berapa banyak kesalahan yang bisa didapati oleh peneliti yang berbeda atau sampel yang berbeda dari item yang sedang dipelajari.

²⁹ Christine Daymon dan Immy Holloway, *Qualitative Research Methods in Public Relations and Marketing Communications* (London dan New York : Routledge, 2002) p. 90

³⁰ Scott M. Smith dan Gerald S. Albaun, *An Introduction to Marketing Research* (Washington: Qualtrics, 2010) p. 254

³¹ Kothari, *op. cit.*, p. 74

Analisa reliabilitas dilakukan dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai $\alpha > 0,60$.³²

1.8.4 Uji Hipotesis

1.8.4.1 Structural Equation Modeling (SEM)

Ghozali (2008) menjelaskan model persamaan struktural yaitu *Structural Equation Modeling* (SEM) adalah generasi kedua teknis analisis multivariat yang memungkinkan peneliti menguji hubungan antar variabel yang kompleks baik *recursive* maupun *non-recursive* untuk memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai keseluruhan model.³³

Penulis menggunakan SEM karena dibandingkan dengan analisis jalur (*path analysis*) dan regresi berganda, metode SEM lebih unggul karena dapat menganalisis data secara lebih komprehensif. Analisis data pada analisis jalur dan regresi berganda hanya dilakukan terhadap data total score variabel yang merupakan jumlah dari butir-butir instrumen penelitian. Dengan demikian, analisis jalur dan regresi berganda sebenarnya hanya dilakukan pada tingkat variabel laten (*unobserved*). Sedangkan analisis data pada metode SEM bisa masuk lebih dalam karena dilakukan terhadap setiap *score* butir pertanyaan sebuah instrumen

³² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. (Semarang : Universitas Diponegoro, 2005, p.42

³³ Siswono Haryono dan Parwoto Wardoyo, *Structural Equation Modeling untuk Penelitian Manajemen Menggunakan AMOS 18.00*. Bekasi : PT Intermedia Personalia Utama, 2012) p. 11

variabel penelitian. Butir-butir instrumen dalam analisis SEM disebut sebagai variabel manifes (*observed*) atau indikator dari sebuah variabel laten.³⁴

Secara garis besar terdapat dua jenis SEM, yaitu :

1. SEM berbasis kovarian (*Covariance Based SEM*) yang sering disebut CB-SEM. Teori dalam analisis CB-SEM berperan sangat penting. Hubungan kausalitas model struktural dibangun atas teori dan CB-SEM hanya ingin mengkonfirmasi apakah model berdasarkan teori tidak berbeda dengan model empirisnya.
2. *Variance* atau *Component Based SEM* (VB-SEM)
 - a. PLS-SEM, bertujuan untuk menguji hubungan prediktif antar konstruk dengan melihat apakah ada hubungan atau pengaruh antar konstruk tersebut.
 - b. GSCA, menggabungkan karakteristik CB-SEM dan PLS-SEM. Tabel 3.7 menjelaskan jenis-jenis SEM dan *software* komputer yang cocok untuk digunakan.

Tabel 3.7 Jenis SEM dan Contoh *Software* yang Sesuai

Jenis SEM	<i>Software</i> yang Sesuai
<i>Covariance Based</i> (CB-SEM)	AMOS
	LISREL
	EQS
	M-plus

³⁴ Ibid., p. 3

<i>Variance/Component Based (VB-SEM)</i>	TETRAD
	PLS-PM
	GSCA
	PLS-Graph
	Smart-PLS
	Visual-PLS

Sumber : Haryono dan Wardoyo (2012)

1.8.4.2 Uji Kesesuaian Model

Uji *Goodness of Fit* atau uji kelayakan model digunakan untuk mengukur ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual. Secara statistik uji *Goodness of Fit* dapat dilakukan melalui pengukuran nilai koefisien determinasi, nilai statistik F dan nilai statistik t.³⁵ Menurut Ghozali, perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana H_0 ditolak). Sebaliknya perhitungan statistik disebut tidak signifikan apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana H_0 diterima.³⁶

Menurut Haryono dan Wardoyo, ada tiga jenis ukuran *Goodness of Fit* yaitu :

³⁵ Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21, Edisi 7* (Semarang : Penerbit Universitas Diponegoro), 2013, p. 97

³⁶ Imam Ghozali, *op. cit.*, p.275

1. *Absolut fit measure*, mengukur model *fit* secara keseluruhan baik model struktural maupun model pengukuran secara bersama.
2. *Incremental fit measure*, ukuran untuk membandingkan *proposed model* dengan model lain yang dispesifikasi oleh peneliti.
3. *Parsimonious fit measure*, melakukan *adjustment* terhadap pengukuran *fit* untuk dapat membandingkan antar model dengan jumlah koefisien berbeda.³⁷

Di bawah ini merupakan indeks-indeks uji kesesuaian model dalam SEM, diantaranya³⁸:

1. *Chi-Square*

Ukuran fundamental dari *overal fit* adalah *Chi-Square* (X^2). Nilai *df* (*degree of freedom*) untuk uji *Chi Square* ini besarnya sama dengan jumlah elemen kovarian matriks yang tidak sama dikurangi dengan jumlah parameter yang diestimasi. Uji *Chi-Square* sangat sensitif terhadap jumlah sampel. Jika sampel diatas 200 sampel maka nilai *Chi Square* akan terus naik sehingga kecenderungan untk menolak hipotesis nol. Sebaliknya jika jumlah sampel berkurang biasanya dibawah 100 maka nilai *Chi-Square* akan menurun sehingga ada kecenderungan untuk menerima hipotesis nol.

2. *CMIN/DF*

CMIN/DF adalah *Chi-Square* dibagi dengan *degree of freedom*. Menurut Wheaton rt. Al (1977) nilai ratio 5 atau kurang dari 5 merupakan ukuran

³⁷ Siswono Haryono dan Parwoto Wardoyo, *op. cit.*, p.71

³⁸ *Ibid*, p.71 -72

yang *reasonable*. Peneliti seperti *Byrne* mengusulkan nilai rasion ini < 2 merupakan ukuran yang fit.

3. CFI (*Comparative Fit Index*)

CFI merupakan langkah terakhir dalam menginterpretasikan model. Rentang nilai sebesar 0-1. Jika semakin mendekati nilai 1 maka model mengindikasikan tingkat kesesuaian yang tinggi (*a very good fit*).

4. RMSEA (*Root Mean Square Error of Approximation*)

Merupakan ukuran yang mencoba memperbaiki kecenderungan *statistic chi-square* menolak model dengan jumlah sampel yang besar. Nilai RMSEA antara 0.05 sampai 0.08 merupakan ukuran yang dapat diterima.

Tabel 3.8 Uji Kesesuaian Model

No.	<i>Goodness of Fit Index</i>	<i>Cut-off Value</i>	Kriteria
1.	<i>Chi-Square</i>	$< \alpha \cdot df$	<i>Good Fit</i>
	<i>Probability</i>	> 0.05	
2.	CMIN/DF	< 2	<i>Good Fit</i>
3.	CFI	≥ 0.90	<i>Good Fit</i>
4.	RMSEA	≤ 0.08	<i>Good Fit</i>

Sumber : Ghozali (2008) dan Wijayanto (2008)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1.1 Deskripsi Karakteristik Responden

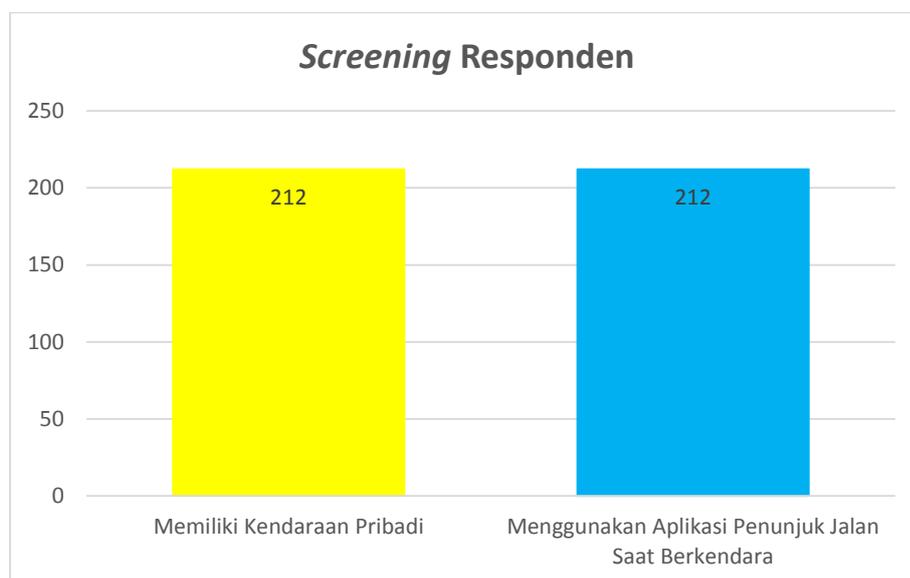
Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi penunjuk jalan yang berdomisili di wilayah Jakarta dan sekitarnya. Dalam mendapatkan responden, kuesioner disebarakan dengan dua metode yaitu dengan cara *offline* dan *online*. Kuesioner disebarakan secara *offline* yaitu dilakukan dengan cara peneliti mendatangi langsung lokasi yang dituju yaitu area kampus yaitu di Universitas Negeri Jakarta dan *food court* di sebuah mall di Jakarta Selatan dan disebarakan secara langsung kepada responden. Hasil kuesioner *offline* yang diperoleh berjumlah 91 responden. Sedangkan kuesioner secara *online* yaitu kuesioner yang dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner dengan menggunakan media *Google Forms*. Menggunakan *Google Forms* memberikan banyak keuntungan bagi peneliti yaitu bisa memperoleh responden secara cepat tanpa bertatap secara langsung dengan responden dan juga dapat mempersingkat waktu. Hasil kuesioner secara online yang diperoleh sebanyak 123 responden dan terdapat dua hasil kuesioner yang tidak layak. Total keseluruhan yang diperoleh dari hasil kuesioner *offline* dan *online* yaitu berjumlah 212 responden. Dalam melakukan pengumpulan data dari jawaban hasil kuesioner responden diperoleh

gambaran karakteristik berdasarkan *screening* awal, aplikasi penunjuk jalan yang sering digunakan, jenis kelamin, usia, status pekerjaan, dan pendidikan terakhir.

1.1.1 Deskripsi Karakteristik Berdasarkan Frekuensi

1.1.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan *Screening* Awal

Peneliti melakukan *screening* pada tahap awal dengan memberikan dua pertanyaan untuk mendapatkan responden yang sesuai dengan kriteria. Kegunaan dari dua pertanyaan *screening* tersebut untuk mendapatkan responden yang memiliki kendaraan pribadi dan menggunakan aplikasi penunjuk jalan saat berkendara.

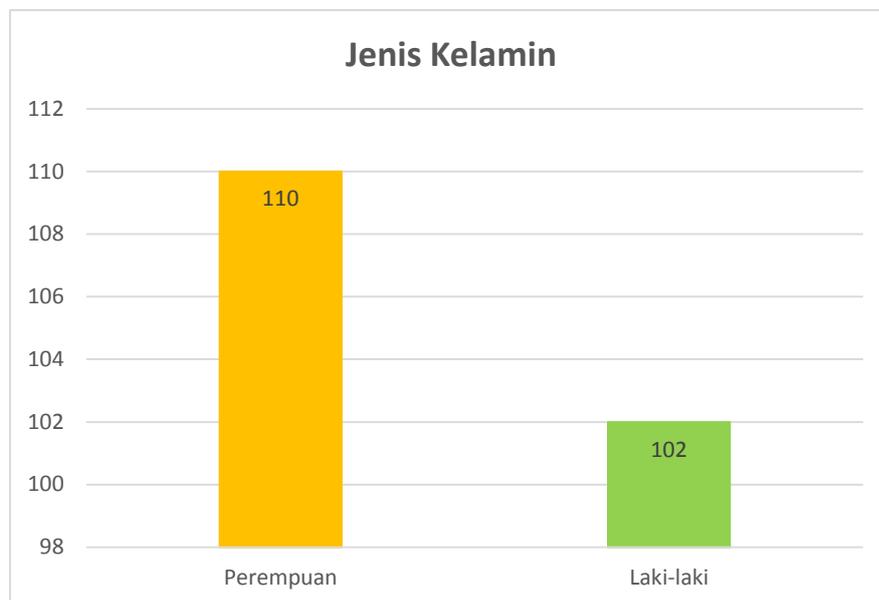


Gambar 4.1 Screening Responden

Gambar 4.1 menunjukkan bahwa jumlah responden yang di dapat yaitu 212 responden yang merupakan responden yang memiliki kendaraan sendiri dan menggunakan aplikasi penunjuk jalan saat berkendara.

1.1.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Gambar 4.2 menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan. Ditunjukkan pada diagram batang berwarna kuning bahwa terdapat responden perempuan berjumlah 110 orang, sedangkan diagram batang berwarna hijau menunjukkan responden laki-laki berjumlah 102 orang.

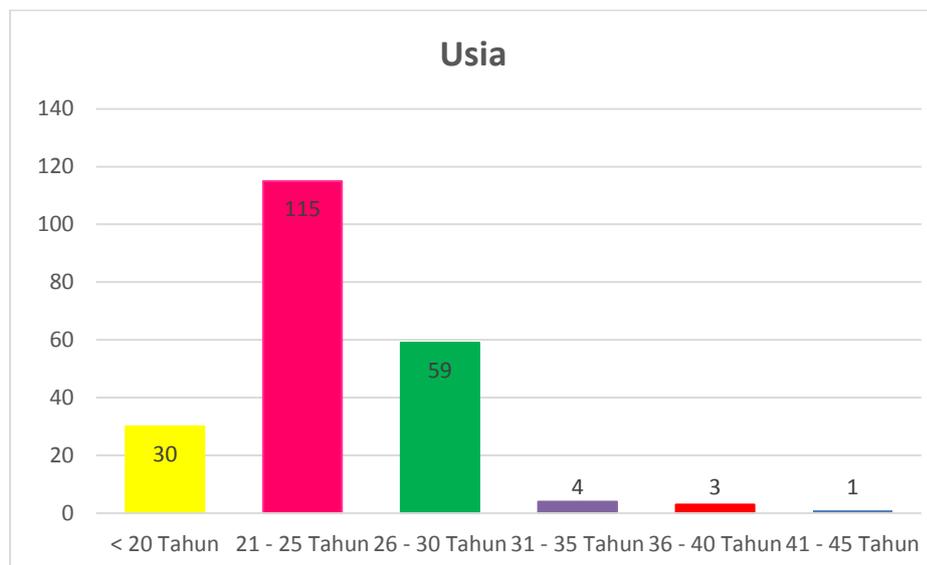


Gambar 4.2 Jenis Kelamin

1.1.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan usia, responden yang terdapat di penelitian ini terdiri dari responden < 20 tahun sebanyak 30 orang, responden 21-25 tahun sebanyak

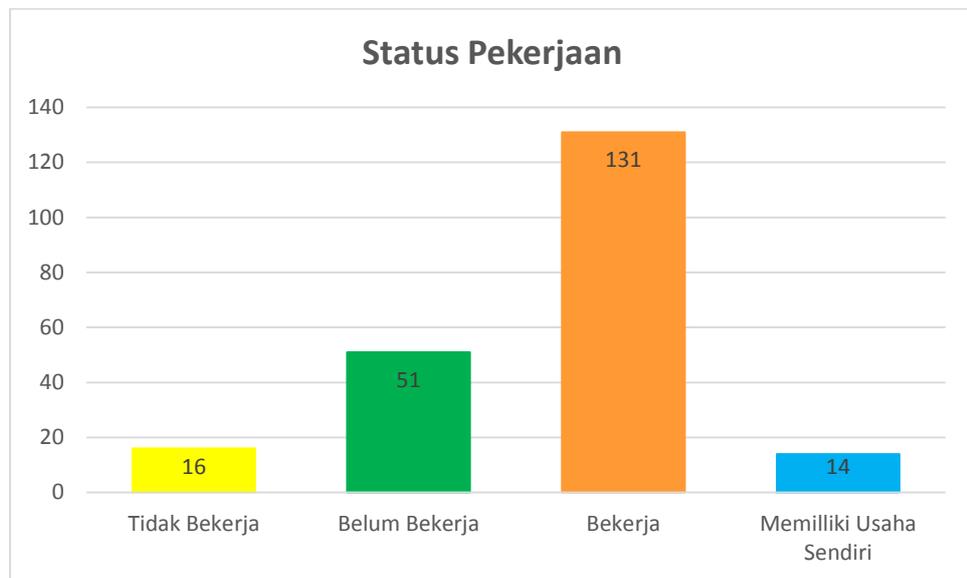
115 orang, responden 26-30 tahun sebanyak 59 orang, responden 31-35 tahun sebanyak empat orang, responden 36-40 tahun sebanyak tiga orang, dan responden 41-45 tahun sebanyak satu orang.



Gambar 4.3 Usia

1.1.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan

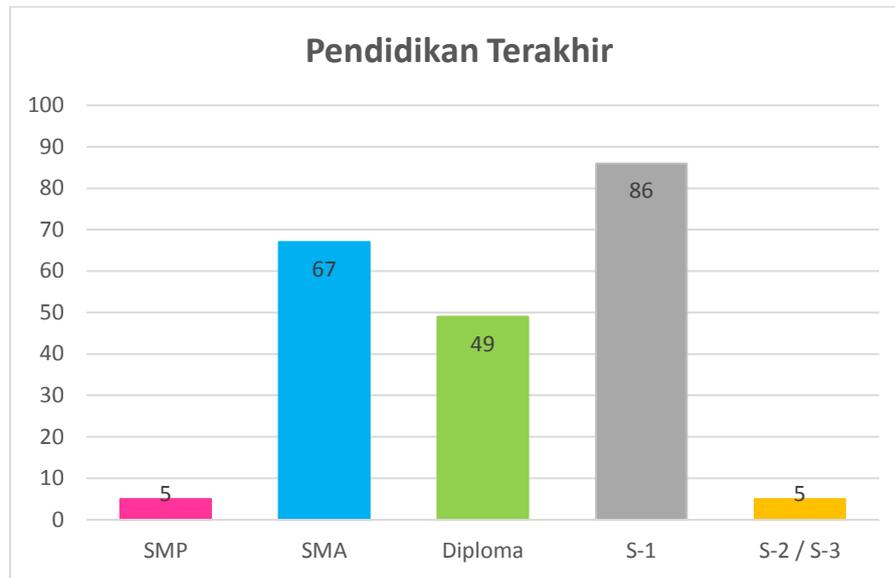
Gambar 4.4 menunjukkan karakteristik responden berdasarkan status pekerjaan, ditemukan bahwa karakteristik responden yang paling dominan adalah kategori bekerja sebanyak 131 responden. Sedangkan kategori belum bekerja sebanyak 51 responden, kategori tidak bekerja sebanyak 16 responden, dan kategori memiliki usaha sendiri sebanyak 14 responden dengan total keseluruhan responden sebanyak 212 responden.



Gambar 4.4 Status Pekerjaan

1.1.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

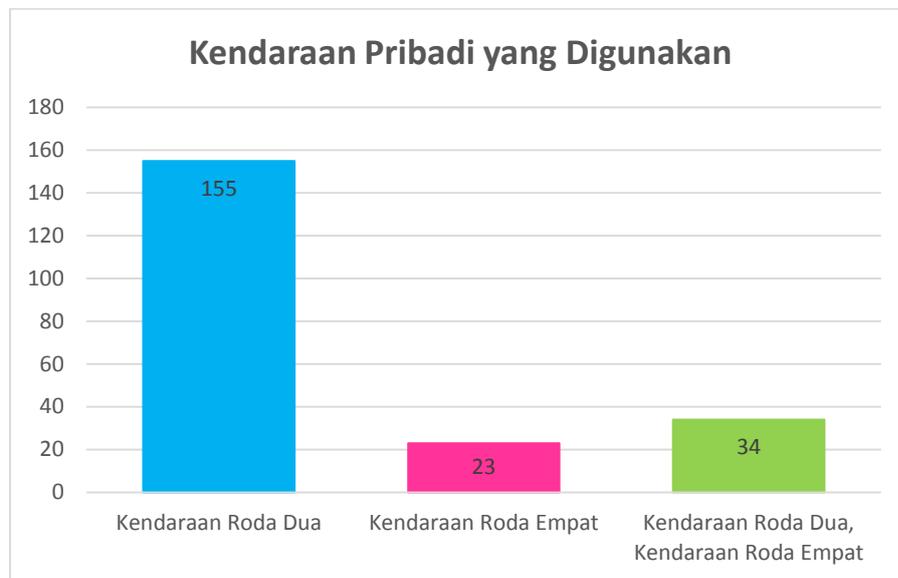
Gambar 4.5 menunjukkan karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir, responden didominasi oleh responden dengan kategori pendidikan terakhir yaitu S-1 sebanyak 86 orang. Terbanyak kedua adalah kategori pendidikan terakhir yaitu SMA sebanyak 67 orang. Urutan ketiga adalah kategori pendidikan terakhir Diploma sebanyak 49 orang. Urutan terakhir yaitu kategori pendidikan terakhir SMP sebanyak lima orang dan S-2 / S-3 sebanyak lima orang.



Gambar 4.5 Pendidikan Terakhir

1.1.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Kendaraan Pribadi yang Digunakan

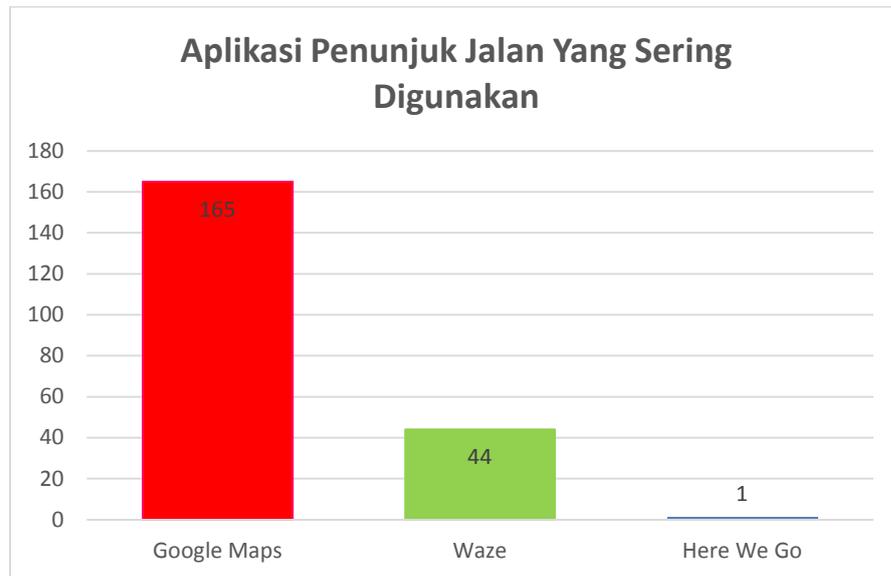
Gambar 4.6 menunjukkan bahwa kendaraan pribadi yang digunakan responden pada saat menggunakan aplikasi penunjuk jalan yaitu kendaraan roda dua yaitu sebesar 155 responden, kendaraan roda empat yaitu sebesar 23 responden, dan menggunakan keduanya yaitu sebesar 34 responden. Pada pertanyaan di kuesioner, responden diberikan pilihan kendaraan pribadi yang responden gunakan yaitu kendaraan roda dua, kendaraan roda empat atau menggunakan keduanya (kendaraan roda dua dan empat).



Gambar 4.6 Kendaraan Pribadi yang Digunakan

1.1.1.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Aplikasi Penunjuk Jalan yang Sering Digunakan

Gambar 4.7 menunjukkan bahwa terdapat tiga aplikasi penunjuk jalan yang sering digunakan oleh responden yaitu *Google Maps* sebanyak 165 pengguna, *Waze* sebanyak 44 pengguna dan *Here We Go* sebanyak satu pengguna. Pada pertanyaan di kuesioner, responden hanya memilih satu aplikasi penunjuk jalan yang sering digunakan dengan pilihan aplikasi yaitu *Google Maps*, *Waze*, *Here We Go* dan aplikasi lainnya.



Gambar 4.7 Jenis Aplikasi Yang Digunakan

1.1.2 Deskripsi Karakteristik Berdasarkan Cross Tab

1.1.2.1 Cross Tab Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia

Berdasarkan data pada Tabel 4.1 dapat disimpulkan bahwa jenis kelamin dan usia dari total responden yang terbanyak adalah usia 21-25 Tahun yaitu 115 responden dengan jenis kelamin pria sebanyak 60 responden dan wanita sebanyak 55 responden.

Tabel 4.1 Cross Tab Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia

Jenis Kelamin	Usia						Total
	< 20 Tahun	21 - 25 Tahun	26 - 30 Tahun	31 - 35 Tahun	36-40 Tahun	41-45 Tahun	
Pria	9	60	26	3	3	1	102
Wanita	21	55	33	1	0	0	110
Total	30	115	59	4	3	1	212

1.1.2.2 Cross Tab Berdasarkan Jenis Kelamin dan Status Pekerjaan

Berdasarkan data pada Tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa jenis kelamin dan status pekerjaan dari total responden yang terbanyak adalah bekerja yaitu dengan 131 responden dengan jenis kelamin pria sebanyak 71 responden dan wanita sebanyak 60 responden.

Tabel 4.2 Cross Tab Berdasarkan Jenis Kelamin dan Status Pekerjaan

Jenis Kelamin	Status Pekerjaan				Total
	Bekerja	Belum Bekerja	Memiliki Usaha Sendiri	Tidak Bekerja	
Pria	71	19	6	6	102
Wanita	60	32	8	10	110
Total	131	51	14	16	212

1.1.2.3 Cross Tab Berdasarkan Jenis Kelamin dan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan data pada Tabel 4.3 dapat disimpulkan bahwa jenis kelamin dan pendidikan terakhir dari total responden yang terbanyak adalah S-1 yaitu dengan 86 responden dengan jenis kelamin pria sebanyak 44 responden dan wanita sebanyak 42 responden.

Tabel 4.3 Cross Tab Berdasarkan Jenis Kelamin dan Pendidikan Terakhir

Jenis Kelamin	Pendidikan Terakhir					Total
	SMP	SMA	Diploma	S-1	S-2 / S-3	
Pria	0	33	23	44	2	102
Wanita	5	34	26	42	3	110
Total	5	67	49	86	5	212

1.1.2.4 Cross Tab Berdasarkan Jenis Kelamin dan Kendaraan yang Digunakan

Berdasarkan data pada Tabel 4.4 dapat disimpulkan bahwa jenis kelamin dan kendaraan yang digunakan dari total responden yang terbanyak adalah menggunakan kendaraan roda dua yaitu dengan 155 responden dengan jenis kelamin pria sebanyak 72 responden dan wanita sebanyak 83 responden.

Tabel 4.4 Cross Tab Berdasarkan Jenis Kelamin dan Kendaraan yang Digunakan

Jenis Kelamin	Kendaraan yang Digunakan			Total
	Kendaraan Roda Dua	Kendaraan Roda Empat	Kendaraan Roda Dua, Kendaraan Roda Empat	
Pria	72	9	21	102
Wanita	83	14	13	110
Total	155	23	34	212

1.1.2.5 Cross Tab Berdasarkan Jenis Kelamin dan Aplikasi Penunjuk Jalan yang Sering Digunakan

Berdasarkan data pada Tabel 4.5 dapat disimpulkan bahwa jenis kelamin dan aplikasi penunjuk jalan yang sering digunakan dari total responden yang terbanyak adalah aplikasi Google Maps yaitu 167 responden dengan jenis kelamin pria sebanyak 81 responden dan wanita sebanyak 86 responden.

Tabel 4.5 Cross Tab Berdasarkan Jenis Kelamin dan Aplikasi Penunjuk Jalan yang Sering Digunakan

Jenis Kelamin	Aplikasi Yang Sering Digunakan			Total
	Google Maps	Here We Go	Waze	
Pria	81	1	20	102
Wanita	86	0	24	110
Total	167	1	44	212

1.2 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif yang akan dianalisa terdiri dari 5 variabel yaitu Persepsi Kenyamanan, Persepsi Kegunaan, Kebiasaan, Kegunaan, dan Niat Keberlanjutan Penggunaan. Analisa dari masing-masing variabel selain dapat dilihat menggunakan nilai rata-rata (mean) dan standar deviasi, dapat dilihat juga dengan menggunakan skor (nilai) dari hasil kuesioner yang mempunyai skor jawaban terdiri dari 6, 5, 4, 3, 2, 1 dengan nilai yang paling tinggi yaitu 6 dan yang paling rendah adalah 1.

Statistik deskriptif yang dianalisa berdasarkan nilai rata-rata (mean), dalam memberikan penilaian dari hasil nilai rata-rata (mean) dibuat kriteria intervalnya. Berikut penilaian enam pilihan jawaban berdasarkan interval rata-ratanya:

Tabel 4.6 Derajat Setiap Variabel

Interval Rata - Rata	Penilaian
$1,00 \leq X \leq 1,80$	Sangat Tidak Setuju
$1,80 \leq X \leq 2,60$	Tidak Setuju
$2,60 \leq X \leq 3,40$	Netral
$3,40 \leq X \leq 4,20$	Setuju
$4,20 \leq X \leq 5,00$	Sangat Setuju

Sumber: Durianto, Wachidin, Supratikno, dan Sugiarto (2003:43)

1.2.1 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Kenyamanan

Analisis deskriptif Persepsi Kenyamanan pada Tabel 4.7 menggunakan skor dari hasil kuesioner dengan enam pilihan jawaban dan enam skor jawaban yaitu Sangat Setuju (SS) = 6, Setuju (S) = 5, Agak Setuju (AS) = 4, Agak Tidak Setuju (ATS) = 3, Tidak Setuju (TS) = 2, dan Sangat Tidak Setuju (STS) = 1. Skor ideal yang digunakan yaitu 1.272 diperoleh dari nilai jawaban yang paling tinggi yaitu 6 dikalikan dengan jumlah responden yang berjumlah 212. Berikut analisis deskriptif Persepsi Kenyamanan berdasarkan skor dari hasil kuesioner :

Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Kenyamanan Berdasarkan Skor Hasil Kuesioner

No	Pernyataan	S T S	TS	ATS	AS	S	SS	Skor Total	Skor Ideal	Persen- tase
1.	Saya lebih nyaman dalam menggunakan aplikasi penunjuk jalan dalam mencari suatu lokasi.	0	6	36	108	550	360	1.060	1.272	83,33%
2.	Menggunakan aplikasi penunjuk jalan sangat menyenangkan.	0	10	42	152	640	162	1.006	1.272	79,08%
3.	Menurut saya, aplikasi penunjuk jalan bisa digunakan untuk sarana <i>sharing</i> informasi.	0	0	42	72	680	264	1.058	1.272	83,17%
4.	Menurut saya, aplikasi penunjuk jalan mempunyai	0	18	27	192	585	174	996	1.272	78,30%

	banyak fitur dalam menggunakan.									
5.	Saya merasa tertarik menggunakan aplikasi penunjuk jalan.	0	4	15	140	650	234	1.043	1.262	81,99%
	Jumlah Keseluruhan	0	38	162	664	3.105	1.194	5.163	6.360	81,17%

Berdasarkan hasil analisa pada Tabel IV.7 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Kenyamanan bahwa dari jumlah persentase keseluruhan variabel tersebut yaitu sebesar 81.17% dengan kriteria baik. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna menilai tingkat kenyamanan yang dirasakan pada aplikasi penunjuk jalan adalah baik.

Selain itu, analisis deskriptif Persepsi Kenyamanan berdasarkan nilai rata-rata (mean) dan standard deviasi yang telah diolah dengan IBM SPSS Statistic 24 menunjukkan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Kenyamanan Berdasarkan Mean dan Standard Deviasi

No.	Pernyataan	Mean	Standard Deviasi
1.	Saya lebih nyaman dalam menggunakan aplikasi penunjuk jalan dalam mencari suatu lokasi.	5,000	0,876
2.	Menggunakan aplikasi penunjuk jalan sangat menyenangkan.	4,745	0,849
3.	Menurut saya, aplikasi penunjuk	4,991	0,747

	jalan bisa digunakan untuk sarana <i>sharing</i> informasi.		
4.	Menurut saya, aplikasi penunjuk jalan mempunyai banyak fitur dalam menggunakannya.	4,698	0,909
5.	Saya merasa tertarik menggunakan aplikasi penunjuk jalan.	4,943	0,726
Nilai Rata - Rata		4,875	0,822

Berdasarkan hasil analisa pada Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Kenyamanan berdasarkan mean (nilai rata-rata) dan standard deviasi menunjukkan bahwa nilai rata-rata tertinggi dari variabel persepsi kenyamanan yaitu saya lebih nyaman dalam menggunakan aplikasi penunjuk jalan dalam mencari suatu lokasi dengan rata-rata jawaban Sangat Setuju. Sedangkan nilai rata-rata dari kelima variabel pernyataan persepsi kenyamanan (X1) yaitu sebesar 4,875 yang berarti dalam kategori Sangat Setuju. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna sangat setuju pada saat melakukan pencarian lokasi, pengguna aplikasi merasa nyaman menggunakan aplikasi penunjuk jalan.

1.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Kegunaan

Analisis deskriptif Persepsi Kegunaan pada Tabel 4.9 menggunakan skor dari hasil kuesioner dengan enam pilihan jawaban dan enam skor jawaban yaitu Sangat Setuju (SS) = 6, Setuju (S) = 5, Agak Setuju (AS) = 4, Agak Tidak Setuju (ATS) = 3, Tidak Setuju (TS) = 2, dan Sangat Tidak Setuju (STS) = 1. Skor ideal yang digunakan yaitu 1.272 diperoleh dari nilai jawaban yang palig tinggi yaitu 6

dikalikan dengan jumlah responden yang berjumlah 212. Berikut analisis deskriptif Persepsi Kegunaan berdasarkan skor dari hasil kuesioner :

Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Kegunaan Berdasarkan Skor Hasil Kuesioner

No	Pernyataan	STS	TS	ATS	AS	S	SS	Skor Total	Skor Ideal	Persentase
1.	Aplikasi penunjuk jalan sangat bermanfaat di kehidupan sehari-hari saya.	0	2	36	148	535	330	1.051	1.272	82,63%
2.	Menggunakan aplikasi penunjuk arah lebih efektif dibandingkan dengan menggunakan cara lain.	2	8	63	176	515	228	992	1.272	77,98%
3.	Secara keseluruhan, aplikasi penunjuk jalan sangat menguntungkan bagi saya.	1	4	33	136	600	264	1.038	1.272	81,60%
4.	Menggunakan aplikasi penunjuk arah	2	14	36	168	555	228	1.003	1.272	78.85%

	membuat waktu saya lebih efisien.									
5.	Menggunakan aplikasi penunjuk jalan, dalam melakukan sesuatu menjadi lebih mudah.	0	6	21	156	610	246	1.039	1.272	81,68%
6.	Aplikasi penunjuk jalan lebih banyak keuntungannya daripada kerugiannya.	0	6	33	172	635	162	1.008	1.272	79,24%
	Jumlah Keseluruhan	5	40	222	956	3.450	1.458	6.131	7.632	80,33%

Berdasarkan hasil analisa pada Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Kegunaan bahwa dari jumlah persentase keseluruhan variabel tersebut yaitu sebesar 80.33% dengan kriteria baik. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna menilai tingkat kegunaan atau manfaat yang dirasakan oleh pengguna aplikasi penunjuk jalan adalah baik.

Selain itu, analisis deskriptif Persepsi Kegunaan berdasarkan nilai rata-rata (mean) dan standard deviasi yang telah diolah dengan IBM SPSS Statistic 24 menunjukkan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.10 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Kegunaan Berdasarkan Mean dan Standard Deviasi

No.	Pernyataan	Mean	Standard Deviasi
1.	Aplikasi penunjuk jalan sangat bermanfaat di kehidupan sehari-hari saya.	4,957	0,839
2.	Menggunakan aplikasi penunjuk arah lebih efektif dibandingkan dengan menggunakan cara lain.	4,679	1,002
3.	Secara keseluruhan, aplikasi penunjuk jalan sangat menguntungkan bagi saya.	4,896	0,853
4.	Menggunakan aplikasi penunjuk arah membuat waktu saya lebih efisien.	4,731	0,992
5.	Menggunakan aplikasi penunjuk jalan, dalam melakukan sesuatu menjadi lebih mudah.	4,901	0,794
6.	Aplikasi penunjuk jalan lebih banyak keuntungannya daripada kerugiannya.	4,778	0,787
Nilai Rata - Rata		4,824	0,878

Berdasarkan hasil analisa pada Tabel 4.10 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Kegunaan berdasarkan mean (nilai rata-rata) dan standard deviasi menunjukkan bahwa nilai rata-rata tertinggi dari variabel persepsi kegunaan yaitu aplikasi penunjuk jalan sangat bermanfaat di kehidupan sehari-hari saya dengan kategori jawaban Sangat Setuju. Sedangkan nilai rata-rata dari keenam variabel pernyataan persepsi kegunaan (X₂) yaitu sebesar 4,824 yang berarti dalam kategori Sangat Setuju. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna sangat setuju

terhadap aplikasi penunjuk jalan sangat membantu pengguna dalam melakukan pencarian lokasi karena menawarkan banyak manfaat dan keuntungannya serta dirasa efektif dibandingkan menggunakan cara lain.

1.2.3 Analisis Deskriptif Variabel Kebiasaan

Analisis deskriptif variabel Kebiasaan pada Tabel 4.11 menggunakan skor dari hasil kuesioner dengan enam pilihan jawaban dan enam skor jawaban yaitu Sangat Setuju (SS) = 6, Setuju (S) = 5, Agak Setuju (AS) = 4, Agak Tidak Setuju (ATS) = 3, Tidak Setuju (TS) = 2, dan Sangat Tidak Setuju (STS) = 1. Skor ideal yang digunakan yaitu 1.272 diperoleh dari nilai jawaban yang paling tinggi yaitu 6 dikalikan dengan jumlah responden yang berjumlah 212. Berikut analisis deskriptif variabel Kebiasaan berdasarkan skor dari hasil kuesioner :

Tabel 4.11 Analisis Deskriptif Variabel Kebiasaan Berdasarkan Skor Hasil Kuesioner

No	Pernyataan	STS	TS	ATS	AS	S	SS	Skor Total	Skor Ideal	Persentase
1.	Menggunakan aplikasi penunjuk jalan menjadi kebiasaan bagi saya.	2	54	96	236	355	126	869	1.272	68,32%
2.	Saya harus menggunakan aplikasi penunjuk jalan.	9	88	105	268	195	108	773	1.272	60,77%

3.	Menggunakan aplikasi penunjuk jalan sudah menjadi natural bagi saya.	7	68	108	268	250	102	803	1.272	63,13%
4.	Saya menjadi ketergantungan menggunakan aplikasi penunjuk jalan.	13	118	132	196	160	90	709	1.272	55,74%
5.	Saat dihadapkan pada pencarian lokasi, secara otomatis saya menggunakan aplikasi penunjuk jalan.	0	22	42	176	500	268	998	1.272	78,46%
6.	Saat dihadapkan pada pencarian lokasi, menggunakan aplikasi penunjuk jalan merupakan pilihan yang tepat bagi saya.	0	20	39	144	585	216	1.004	1.272	78,93%
	Jumlah	31	370	522	1.288	2.045	900	5.156	7.632	67,58%

	Keseluruhan								
--	-------------	--	--	--	--	--	--	--	--

Berdasarkan hasil analisa pada Tabel 4.11 Analisis Deskriptif Variabel Kebiasaan bahwa dari jumlah persentase keseluruhan variabel tersebut yaitu sebesar 67.58% dengan kriteria cukup baik. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kebiasaan pengguna dalam menggunakan aplikasi penunjuk jalan adalah cukup baik.

Selain itu, analisis deskriptif variabel Kebiasaan berdasarkan nilai rata-rata (mean) dan standard deviasi yang telah diolah dengan IBM SPSS Statistic 24 menunjukkan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.12 Analisis Deskriptif Variabel Kebiasaan Berdasarkan Mean dan Standard Deviasi

No.	Pernyataan	Mean	Standard Deviasi
1.	Menggunakan aplikasi penunjuk jalan menjadi kebiasaan bagi saya.	4,099	1,214
2.	Saya harus menggunakan aplikasi penunjuk jalan.	3,646	1,336
3.	Menggunakan aplikasi penunjuk jalan sudah menjadi natural bagi saya.	3,807	1,279
4.	Saya menjadi ketergantungan menggunakan aplikasi penunjuk jalan.	3,3443	1,373
5.	Saat dihadapkan pada pencarian lokasi, secara otomatis saya menggunakan aplikasi penunjuk jalan.	4,7075	1,030
6.	Saat dihadapkan pada pencarian lokasi, menggunakan aplikasi penunjuk jalan merupakan pilihan	4,7358	0,972

	yang tepat bagi saya.		
	Nilai Rata - Rata	4,057	1,201

Berdasarkan hasil analisa pada Tabel 4.12 Analisis Deskriptif Variabel Kebiasaan berdasarkan mean (nilai rata-rata) dan standard deviasi menunjukkan bahwa nilai rata-rata tertinggi dari variabel kebiasaan yaitu saat dihadapkan pada pencarian lokasi, menggunakan aplikasi penunjuk jalan merupakan pilihan yang tepat bagi saya dengan kategori jawaban Sangat Setuju. Sedangkan nilai rata-rata dari keenam variabel pernyataan kebiasaan (X3) yaitu sebesar 4,057 yang berarti dalam kategori Setuju. Hal ini menunjukkan pengguna setuju bahwa secara otomatis, pengguna menggunakan aplikasi penunjuk jalan pada saat melakukan pencarian lokasi yang dituju.

1.2.4 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan

Analisis deskriptif variabel Kepuasan pada Tabel 4.13 menggunakan skor dari hasil kuesioner dengan enam pilihan jawaban dan enam skor jawaban yaitu Sangat Setuju (SS) = 6, Setuju (S) = 5, Agak Setuju (AS) = 4, Agak Tidak Setuju (ATS) = 3, Tidak Setuju (TS) = 2, dan Sangat Tidak Setuju (STS) = 1. Skor ideal yang digunakan yaitu 1.272 diperoleh dari nilai jawaban yang paling tinggi yaitu 6 dikalikan dengan jumlah responden yang berjumlah 212. Berikut analisis deskriptif variabel Kepuasan berdasarkan skor dari hasil kuesioner :

Tabel 4.13 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Berdasarkan Skor Hasil Kuesioner

No	Pernyataan	STS	TS	ATS	AS	S	SS	Skor Total	Skor Ideal	Persentase
1.	Saya sangat puas dengan pilihan saya terhadap aplikasi penunjuk jalan dalam pencarian lokasi.	0	10	27	228	605	120	990	1.272	77,83%
2.	Saya senang dengan keputusan saya memilih aplikasi penunjuk jalan.	0	14	36	176	645	120	991	1.272	77,90%
3.	Pengalaman saya dengan menggunakan aplikasi penunjuk jalan pun sangat memuaskan.	0	10	42	232	565	126	975	1.272	76,65%
4.	Saya rasa saya membuat keputusan	1	22	48	220	550	114	955	1.272	75,08%

	yang benar dalam menggunakan aplikasi penunjuk jalan ini.									
5.	Saya puas telah mengunduh aplikasi penunjuk jalan.	0	8	33	132	620	216	1.009	1.272	79,32%
6.	Saya sangat senang dengan fitur-fitur yang ada di aplikasi penunjuk jalan.	0	6	36	228	595	120	985	1.272	77,44%
	Jumlah Keseluruhan	1	56	200	1.076	3.111	1.341	5.785	7.632	75,79%

Berdasarkan hasil analisa pada Tabel 4.13 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan bahwa dari jumlah persentase keseluruhan variabel tersebut yaitu sebesar 75,79% dengan kriteria baik. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pengguna dalam menggunakan aplikasi penunjuk jalan baik terhadap keakuratan rute lokasi yang dituju dan fitur-fitur yang disediakan adalah baik.

Selain itu, analisis deskriptif variabel Kepuasan berdasarkan nilai rata-rata (mean) dan standard deviasi yang telah diolah dengan IBM SPSS Statistic 24 menunjukkan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.14 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Berdasarkan Mean dan Standard Deviasi

No.	Pernyataan	Mean	Standard Deviasi
1.	Saya sangat puas dengan pilihan saya terhadap aplikasi penunjuk jalan dalam pencarian lokasi.	4,669	0,799
2.	Saya senang dengan keputusan saya memilih aplikasi penunjuk jalan.	4,674	0,850
3.	Pengalaman saya dengan menggunakan aplikasi penunjuk jalan pun sangat memuaskan.	4,505	0,976
4.	Saya rasa saya membuat keputusan yang benar dalam menggunakan aplikasi penunjuk jalan ini.	4,618	0,843
5.	Saya puas telah mengunduh aplikasi penunjuk jalan.	4,849	0,829
6.	Saya sangat senang dengan fitur-fitur yang ada di aplikasi penunjuk jalan.	4,669	0,781
Nilai Rata - Rata		4,664	0,847

Berdasarkan hasil analisa pada Tabel 4.14 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan berdasarkan mean (nilai rata-rata) dan standard deviasi menunjukkan bahwa nilai rata-rata tertinggi dari variabel kepuasan yaitu saya puas telah mengunduh aplikasi penunjuk jalan dengan kategori jawaban Sangat Setuju. Sedangkan nilai rata-rata dari keenam variabel pernyataan kepuasan (X4) yaitu

sebesar 4,664 yang berarti dalam kategori Sangat Setuju. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna sangat setuju terhadap kepuasan yang dirasakan pada saat menggunakan aplikasi penunjuk jalan dalam melakukan pencarian lokasi.

1.2.5 Analisis Deskriptif Variabel Niat Keberlanjutan Penggunaan

Analisis deskriptif variabel Niat Keberlanjutan Penggunaan pada tabel IV.15 menggunakan skor dari hasil kuesioner dengan enam pilihan jawaban dan enam skor jawaban yaitu Sangat Setuju (SS) = 6, Setuju (S) = 5, Agak Setuju (AS) = 4, Agak Tidak Setuju (ATS) = 3, Tidak Setuju (TS) = 2, dan Sangat Tidak Setuju (STS) = 1. Skor ideal yang digunakan yaitu 1.272 diperoleh dari nilai jawaban yang paling tinggi yaitu 6 dikalikan dengan jumlah responden yang berjumlah 212. Berikut analisis deskriptif variabel Kepuasan berdasarkan skor dari hasil kuesioner:

Tabel 4.15 Analisis Deskriptif Variabel Niat Keberlanjutan Penggunaan Berdasarkan Skor Hasil Kuesioner

No	Pernyataan	STS	TS	ATS	AS	S	SS	Skor Total	Skor Ideal	Persentase
1.	Saya berniat untuk terus menggunakan aplikasi penunjuk jalan.	2	8	54	204	565	144	977	1.272	76,81%
2.	Saya akan menggunakan aplikasi penunjuk jalan dalam	2	36	84	272	390	108	892	1.272	76,81%

	keseharian saya.									
3.	Saya akan terus menggunakan aplikasi penunjuk jalan di kemudian hari.	1	10	63	264	485	132	955	1.272	75,07%
4.	Saya percaya, saya akan tetap menggunakan aplikasi penunjuk jalan.	5	18	72	208	490	144	937	1.272	73,66%
5.	Saya percaya minat saya akan meningkat di masa depan, terhadap pembaharuan fitur aplikasi penunjuk jalan.	0	4	42	196	550	222	1.014	1.272	79,72%
6.	Saya akan merekomendasikan aplikasi penunjuk jalan kepada orang lain yang berminat dalam melakukan pencarian lokasi.	0	4	36	176	600	204	1.020	1.272	80,19%
	Jumlah Keseluruhan	10	80	351	1.320	3.080	954	5.795	7.632	75,93%

Berdasarkan hasil analisa pada Tabel 4.15 Analisis Deskriptif Variabel Niat Keberlanjutan Penggunaan bahwa dari jumlah persentase keseluruhan variabel

tersebut yaitu sebesar 75,93% dengan kriteria baik. Hal ini menunjukkan bahwa niat keberlanjutan pengguna dalam menggunakan aplikasi penunjuk jalan adalah baik.

Selain itu, analisis deskriptif variabel Niat Keberlanjutan Penggunaan berdasarkan nilai rata-rata (mean) dan standard deviasi yang telah diolah dengan IBM SPSS Statistic 24 menunjukkan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.16 Analisis Deskriptif Variabel Niat Keberlanjutan Penggunaan Berdasarkan Mean dan Standard Deviasi

No.	Pernyataan	Mean	Standard Deviasi
1.	Saya berniat untuk terus menggunakan aplikasi penunjuk jalan.	4,608	0,930
2.	Saya akan menggunakan aplikasi penunjuk jalan dalam keseharian saya.	4,207	1,108
3.	Saya akan terus menggunakan aplikasi penunjuk jalan di kemudian hari.	4,505	0,926
4.	Saya percaya, saya akan tetap menggunakan aplikasi penunjuk jalan.	4,419	1,114
5.	Saya percaya minat saya akan meningkat di masa depan, terhadap pembaharuan fitur aplikasi penunjuk jalan.	4,783	0,843
6.	Saya akan merekomendasikan aplikasi penunjuk jalan kepada orang lain yang berminat dalam melakukan pencarian lokasi.	4,811	0,804
Nilai Rata - Rata		4,556	0,954

Berdasarkan hasil analisa pada Tabel 4.16 Analisis Deskriptif Variabel Niat Keberlanjutan Penggunaan berdasarkan mean (nilai rata-rata) dan standard deviasi menunjukkan bahwa nilai rata-rata tertinggi dari variabel niat keberlanjutan penggunaan yaitu saya akan merekomendasikan aplikasi penunjuk jalan kepada orang lain yang berminat dalam melakukan pencarian lokasi dengan kategori jawaban Sangat Setuju. Sedangkan nilai rata-rata dari keenam variabel pernyataan niat keberlanjutan penggunaan (Y1) yaitu sebesar 4,556 yang berarti dalam kategori Sangat Setuju. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna sangat setuju untuk tetap menggunakan aplikasi penunjuk jalan dan merekomendasikan kepada oranglain apabila dihadapkan saat melakukan pencarian lokasi.

1.3 *Exploratory Factor Analysis*

1.3.1 Variabel Persepsi Kenyamanan

Dari lima pernyataan kuesioner, variabel persepsi kenyamanan tetap menyisakan lima pernyataan dan masing-masing pernyataan telah melewati batas 0,40 sehingga tidak mengalami reduksi. Nilai *Cronbach Alpha* pada variabel persepsi kenyamanan yaitu 0,778 dan telah melewati batas 0,60 sehingga dapat dikatakan reliabel.

Tabel 4.17 EFA Persepsi Kenyamanan

Kode	Pernyataan	Factor Loading
EN2	Menggunakan aplikasi penunjuk jalan sangat menyenangkan.	0,829
EN5	Saya merasa tertarik menggunakan aplikasi	0,827

	penunjuk jalan.	
EN1	Saya lebih nyaman dalam menggunakan aplikasi petunjuk jalan dalam mencari suatu lokasi.	0,782
EN4	Menggunakan aplikasi petunjuk jalan sangat menyenangkan.	0,605
EN3	Menurut saya, aplikasi petunjuk jalan bisa digunakan untuk sarana <i>sharing</i> informasi.	0,603
	Cronbach Alpha	0,778

1.3.2 Variabel Persepsi Kegunaan

Dari enam pernyataan kuesioner, variabel persepsi kegunaan tetap menyisakan enam pernyataan dan masing-masing pernyataan telah melewati batas 0,40 sehingga tidak mengalami reduksi. Nilai *Cronbach Alpha* pada variabel persepsi kegunaan yaitu 0,880 dan telah melewati batas 0,60 sehingga dapat dikatakan reliabel.

Tabel 4.18 EFA Persepsi Kegunaan

No.	Pernyataan	Factor Loading
PU4	Menggunakan aplikasi petunjuk arah membuat waktu saya lebih efisien.	0,835
PU3	Secara keseluruhan, aplikasi petunjuk jalan sangat menguntungkan bagi saya	0,820
PU5	Menggunakan aplikasi petunjuk jalan, dalam melakukan sesuatu menjadi lebih mudah.	0,815
PU2	Menggunakan aplikasi petunjuk arah lebih efektif dibandingkan dengan menggunakan cara lain.	0,805
PU6	Aplikasi petunjuk jalan lebih banyak	0,782

	keuntungannya daripada kerugiannya.	
PU1	Aplikasi penunjuk jalan sangat bermanfaat di kehidupan sehari-hari saya.	0,693
	Cronbach Alpha	0,880

1.3.3 Variabel Kebiasaan

Dari enam pernyataan kuesioner, variabel kebiasaan tetap menyisakan enam pernyataan dan masing-masing pernyataan telah melewati batas 0,40 sehingga tidak mengalami reduksi. Nilai *Cronbach Alpha* pada variabel kebiasaan yaitu 0,899 dan telah melewati batas 0,60 sehingga dapat dikatakan reliabel.

Tabel 4.19 EFA Kebiasaan

Kode	Pernyataan	Factor Loading
HA1	Menggunakan aplikasi penunjuk jalan menjadi kebiasaan bagi saya.	0,864
HA2	Saya harus menggunakan aplikasi penunjuk jalan.	0,851
HA4	Saya menjadi ketergantungan menggunakan aplikasi penunjuk jalan.	0,843
HA3	Menggunakan aplikasi penunjuk jalan sudah menjadi natural bagi saya.	0,825
HA5	Saat dihadapkan pada pencarian lokasi, secara otomatis saya menggunakan aplikasi penunjuk jalan.	0,759
HA6	Saat dihadapkan pada pencarian lokasi, menggunakan aplikasi penunjuk jalan merupakan pilihan yang tepat bagi saya.	0,753
	Cronbach Alpha	0,899

1.3.4 Variabel Kepuasan

Dari enam pernyataan kuesioner, variabel kepuasan tetap menyisakan enam pernyataan dan masing-masing pernyataan telah melewati batas 0,40 sehingga tidak mengalami reduksi. Nilai *Cronbach Alpha* pada variabel kepuasan yaitu 0,908 dan telah melewati batas 0,60 sehingga dapat dikatakan reliabel.

Tabel 4.20 EFA Kepuasan

Kode	Pernyataan	Factor Loading
SA3	Pengalaman saya dengan menggunakan aplikasi penunjuk jalan pun sangat memuaskan.	0,871
SA1	Saya sangat puas dengan pilihan saya terhadap aplikasi penunjuk jalan dalam pencarian lokasi.	0,866
SA4	Saya rasa saya membuat keputusan yang benar dalam menggunakan aplikasi penunjuk jalan ini.	0,848
SA2	Saya senang dengan keputusan saya memilih aplikasi penunjuk jalan.	0,833
SA5	Saya puas telah mengunduh aplikasi penunjuk jalan.	0,819
SA6	Saya sangat senang dengan fitur-fitur yang ada di aplikasi penunjuk jalan.	0,732
	Cronbach Alpha	0,908

1.3.5 Variabel Niat Keberlanjutan Penggunaan

Dari enam pernyataan kuesioner, variabel niat keberlanjutan penggunaan tetap menyisakan enam pernyataan dan masing-masing pernyataan telah melewati batas 0,40 sehingga tidak mengalami reduksi. Nilai *Cronbach Alpha* pada variabel

niat keberlanjutan penggunaan yaitu 0,898 dan telah melewati batas 0,60 sehingga dapat dikatakan reliabel.

Tabel 4.21 EFA Niat Keberlanjutan Penggunaan

Kode	Pernyataan	Factor Loading
CON4	Saya percaya, saya akan tetap menggunakan aplikasi penunjuk jalan.	0,906
CON2	Saya akan menggunakan aplikasi penunjuk jalan dalam keseharian saya.	0,835
CON3	Saya akan terus menggunakan aplikasi penunjuk jalan di kemudian hari.	0,832
CON1	Saya berniat untuk terus menggunakan aplikasi penunjuk jalan.	0,802
CON6	Saya akan merekomendasikan aplikasi penunjuk jalan kepada orang lain yang berminat dalam melakukan pencarian lokasi.	0,773
CON5	Saya percaya minat saya akan meningkat di masa depan, terhadap pembaharuan fitur aplikasi penunjuk jalan.	0,738
	Cronbach Alpha	0,898

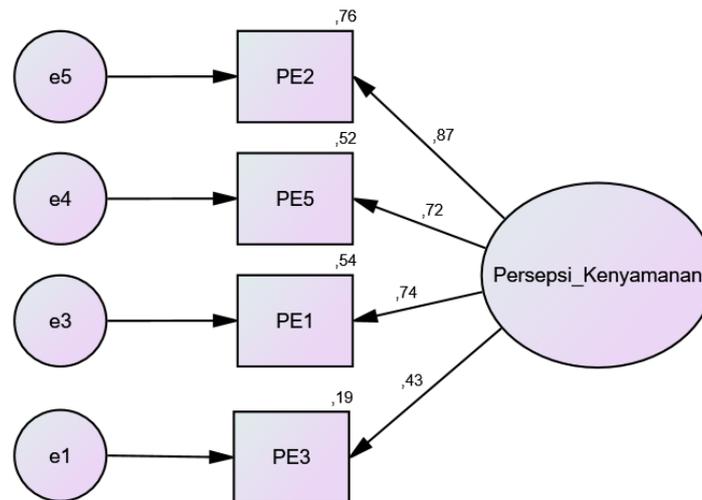
1.4 Pengujian Data

1.4.1 First Order Construct

Pada *first order construct* bermaksud untuk menguji model dimensi atau variabel yang tidak memiliki dimensi serta didalamnya terdiri dari beberapa indikator agar mendapatkan model yang sesuai dengan kriteria.

1. Persepsi Kenyamanan

Berdasarkan pada Gambar 4.8 Model Uji Persepsi Kenyamanan, hasil dari *first order* pada variabel persepsi kenyamanan adalah variabel yang terdiri lima indikator, setelah dilakukan pengolahan model, terdapat indikator yang dihapuskan yaitu indikator PE4.



Gambar 4.8 Model Uji Persepsi Kenyamanan

Di dalam Tabel 4.22 Indeks Fit Persepsi Kenyamanan menunjukkan bahwa persepsi kenyamanan menghasilkan nilai yang baik dari berbagai kriteria yaitu nilai pada indeks Probabilitas, CMIN/DF, CFI dan RMSEA yang berada dalam rentang nilai sesuai *cut-off value*. Maka itu dari hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut merupakan acuan bagi konstruk variabel persepsi kenyamanan.

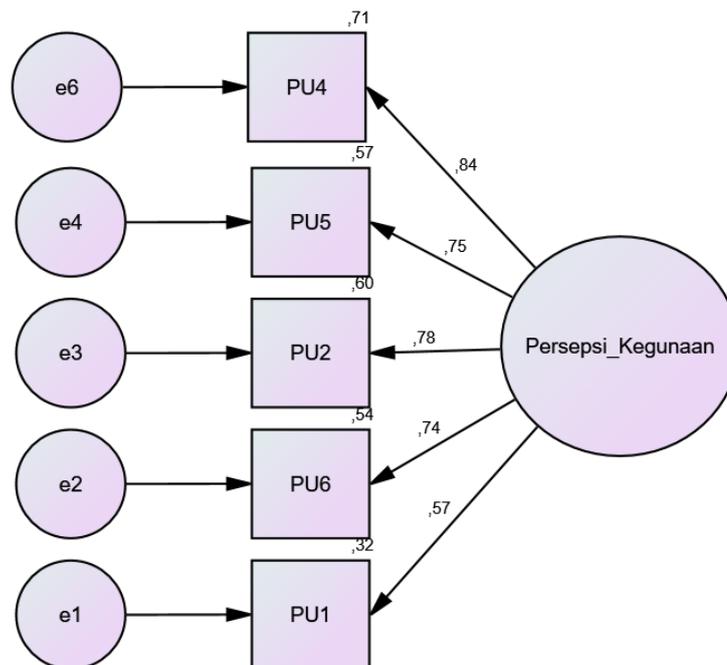
Tabel 4.22 Indeks Fit Persepsi Kenyamanan

No.	Indeks	Cut Off Value	Hasil	Evaluasi Model
1.	Probabilitas	> 0,05	0,283	<i>Good Fit</i>
2.	CMIN/DF	< 2	1,262	<i>Good Fit</i>

3.	CFI	$\geq 0,90$	0,998	<i>Good Fit</i>
4.	RMSEA	$\leq 0,08$	0,035	<i>Good Fit</i>

2. Persepsi Kegunaan

Berdasarkan pada Gambar 4.9 Model Uji Persepsi Kegunaan, hasil dari *first order* pada variabel persepsi kegunaan adalah variabel yang terdiri enam indikator, setelah dilakukan pengolahan model, terdapat indikator yang dihapuskan yaitu indikator PU3.



Gambar 4.9 Model Uji Persepsi Kegunaan

Di dalam Tabel 4.23 Indeks Fit Persepsi Kegunaan Indeks Fit Persepsi Kegunaan menunjukkan bahwa persepsi kegunaan menghasilkan nilai yang baik dari berbagai kriteria yaitu nilai pada indeks Probabilitas,

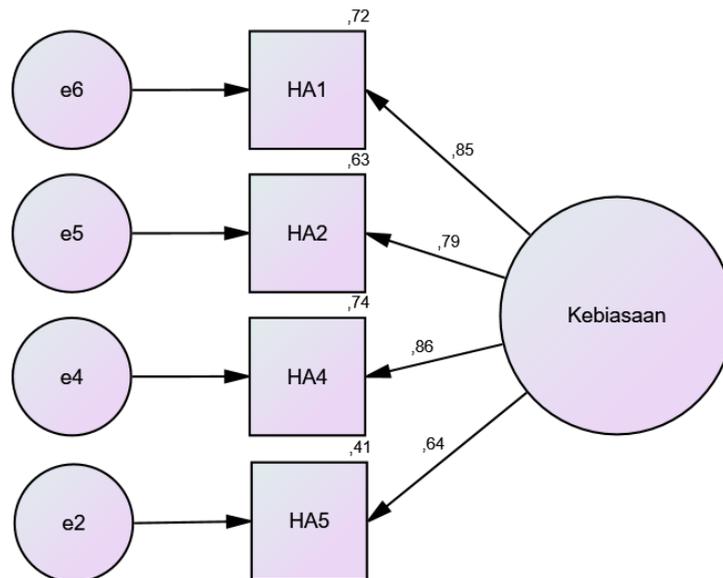
CMIN/DF, CFI dan RMSEA yang berada dalam rentang nilai sesuai *cut-off value*. Maka itu dari hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut merupakan acuan bagi konstruk variabel persepsi kegunaan.

Tabel 4.23 Indeks Fit Persepsi Kegunaan

No.	Indeks	Cut Off Value	Hasil	Evaluasi Model
1.	Probabilitas	> 0,05	0,125	<i>Good Fit</i>
2.	CMIN/DF	< 2	1,723	<i>Good Fit</i>
3.	CFI	≥ 0,90	0,992	<i>Good Fit</i>
4.	RMSEA	≤ 0,08	0,059	<i>Good Fit</i>

3. Kebiasaan

Berdasarkan pada Gambar 4.10 Model Uji Kebiasaan, hasil dari *first order* pada variabel kebiasaan adalah variabel yang terdiri enam indikator, setelah dilakukan pengolahan model, terdapat dua indikator yang dihapuskan yaitu indikator HA6 dan HA3.



Gambar 4.10 Model Uji Kebiasaan

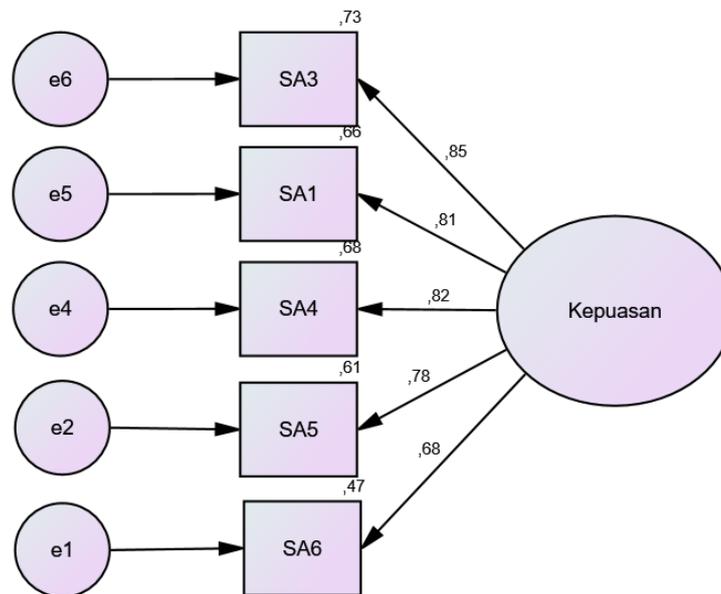
Di dalam tabel IV.24 Indeks Fit Kebiasaan menunjukkan bahwa kebiasaan menghasilkan nilai yang baik dari berbagai kriteria yaitu nilai pada indeks Probabilitas, CMIN/DF, CFI dan RMSEA yang berada dalam rentang nilai sesuai *cut-off value*. Maka itu dari hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut merupakan acuan bagi konstruk variabel kebiasaan.

Tabel 4.24 Indeks Fit Kebiasaan

No.	Indeks	Cut Off Value	Hasil	Evaluasi Model
1.	Probabilitas	> 0,05	0,430	<i>Good Fit</i>
2.	CMIN/DF	< 2	0,844	<i>Good Fit</i>
3.	CFI	≥ 0,90	1,000	<i>Good Fit</i>
4.	RMSEA	≤ 0,08	0,000	<i>Good Fit</i>

4. Kepuasan

Berdasarkan pada Gambar 4.11 Model Uji Kepuasan, hasil dari *first order* pada variabel kepuasan adalah variabel yang terdiri enam indikator, setelah dilakukan pengolahan model, terdapat indikator yang dihapuskan yaitu indikator SA2.



Gambar 4.11 Model Uji Kepuasan

Di dalam Tabel 4.25 Indeks Fit Kepuasan menunjukkan bahwa kepuasan menghasilkan nilai yang baik dari berbagai kriteria yaitu nilai pada indeks Probabilitas, CMIN/DF, CFI dan RMSEA yang berada dalam rentang nilai sesuai *cut-off value*. Maka itu dari hasil yang diperoleh

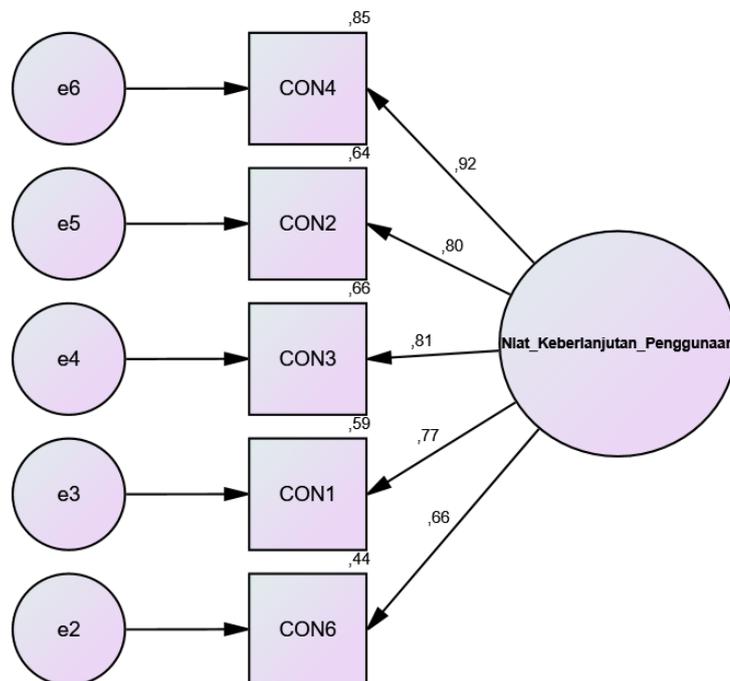
menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut merupakan acuan bagi konstruk variabel kepuasan.

Tabel 4.25 Indeks Fit Kepuasan

No.	Indeks	Cut Off Value	Hasil	Evaluasi Model
1.	Probabilitas	$> 0,05$	0,101	<i>Good Fit</i>
2.	CMIN/DF	< 2	1,842	<i>Good Fit</i>
3.	CFI	$\geq 0,90$	0,993	<i>Good Fit</i>
4.	RMSEA	$\leq 0,08$	0,063	<i>Good Fit</i>

5. Niat Keberlanjutan Penggunaan

Berdasarkan pada Gambar 4.12, hasil dari *first order* pada variabel kepuasan adalah variabel yang terdiri enam indikator, setelah dilakukan pengolahan model, terdapat indikator yang dihapuskan yaitu indikator CON5.



Gambar 4.12 Model Uji Niat Keberlanjutan Penggunaan

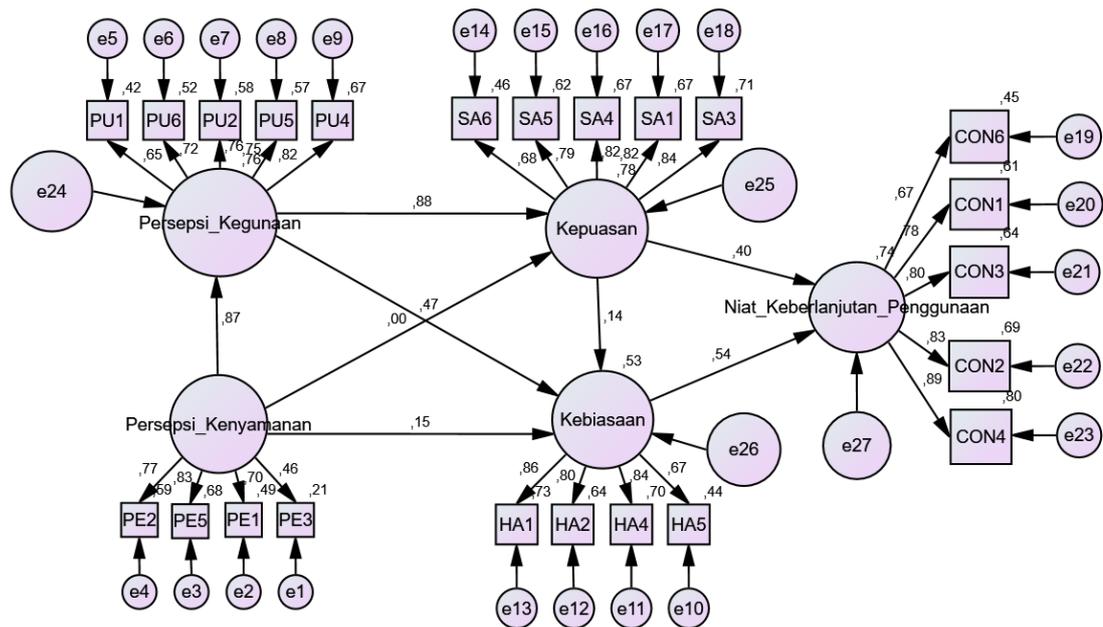
Di dalam tabel 4.26 Indeks Fit Niat Keberlanjutan Penggunaan menunjukkan bahwa niat keberlanjutan penggunaan menghasilkan nilai yang baik dari berbagai kriteria yaitu nilai pada indeks Probabilitas, CMIN/DF, CFI dan RMSEA yang berada dalam rentang nilai sesuai *cut-off value*. Maka itu dari hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut merupakan acuan bagi konstruk variabel niat keberlanjutan penggunaan.

Tabel 4.26 Indeks Fit Niat Keberlanjutan Penggunaan

No.	Indeks	Cut Off Value	Hasil	Evaluasi Model
1.	Probabilitas	> 0,05	0,356	<i>Good Fit</i>
2.	CMIN/DF	< 2	1,104	<i>Good Fit</i>

3.	CFI	$\geq 0,90$	0,999	<i>Good Fit</i>
4.	RMSEA	$\leq 0,08$	0,022	<i>Good Fit</i>

1.4.2 Uji Hubungan Antar Variabel *Full Model*



Gambar 4.13 *Full Model*

Berdasarkan data pada Tabel 4.27 Indeks Fit *Full Model* dapat diketahui bahwa hasilnya adalah belum memenuhi dari kriteria – kriteria yang telah ditetapkan sehingga harus dilakukan *Fitted Full Model* untuk mendapatkan hasil – hasil yang sesuai dengan kriteria.

Tabel 4.27 Indeks Fit *Full Model*

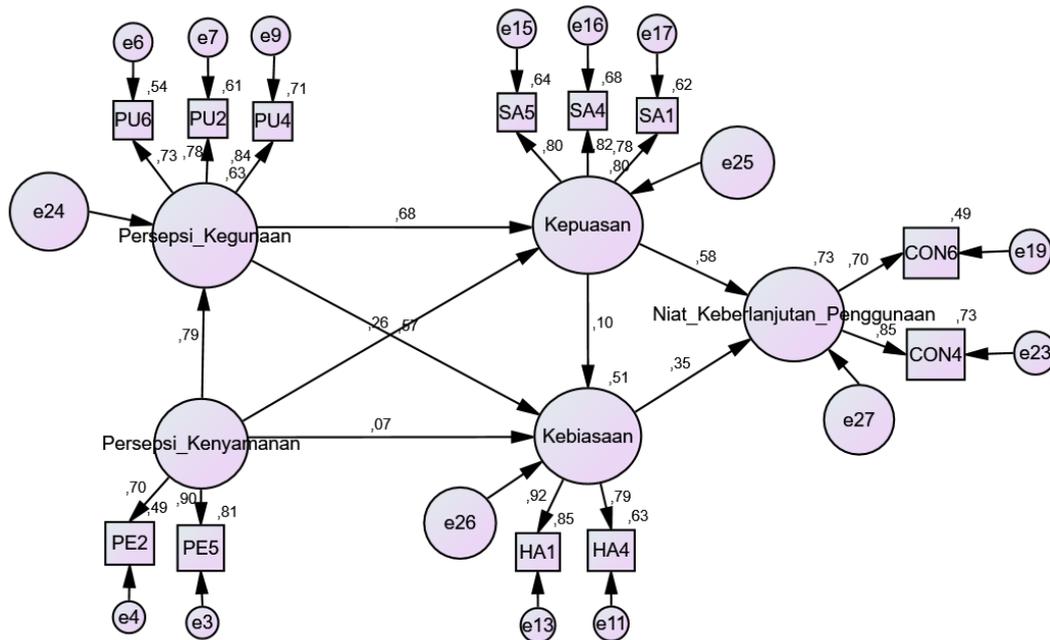
No.	Indeks	Cut Off Value	Hasil	Evaluasi Model
1.	Probabilitas	$> 0,05$	0,000	<i>Not Fit</i>

2.	CMIN/DF	< 2	2,617	<i>Not Fit</i>
3.	CFI	$\geq 0,90$	0,892	<i>Not Fit</i>
4.	RMSEA	$\leq 0,08$	0,088	<i>Good Fit</i>

1.4.3 Uji Hubungan Antar Variabel *Fitted Full Model*

Berdasarkan pada Gambar 4.14 *Fitted Full Model* dan Gambar IV. 13 *Full Model*, terlihat adanya perubahan ditandai dengan adanya indikator yang di eliminasi agar dapat memperoleh hasil yang sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan. Persepsi Kenyamanan yang pada Gambar 4.13 *Full Model* terdapat empat indikator kemudian setelah diuji dalam kondisi *fitted full model* menjadi dua indikator dengan indikator yang tersisa yaitu PE2 dan PE5.

Indikator pada variabel Persepsi Kegunaan juga mengalami perubahan pada *fitted full model* yang sebelumnya pada *full model* terdapat lima indikator, terjadi eliminasi pada PU5 dan PU1 sehingga tersisa tiga indikator yaitu PU6, PU2, dan PU4. Kemudian, variabel Kebiasaan tersisa dua indikator yaitu HA1 dan HA4 dimana sebelumnya, keseluruhan indikator pada variabel Kebiasaan yang tertera pada Gambar IV.12 *Full Model* terdapat empat indikator. Dapat dilihat juga pada variabel Kepuasan yang sebelumnya terdapat lima indikator terdapat indikator yang harus di eliminasi yaitu SA6 dan SA3 sehingga tersisa tiga indikator yaitu SA5, SA4, dan SA1. Selanjutnya pada variabel Niat Keberlanjutan Penggunaan terdapat lima indikator pada uji hubungan variabel *Full Model* setelah diuji dalam *Fitted Full Model* terdapat perubahan menjadi dua indikator yaitu CON4 dan CON6.



Gambar 4.14 Fitted Full Model

Selain itu, berdasarkan pada Tabel 4.28 dalam Indeks Kriteria Fit *Fitted Full Model*, kriteria yang ditetapkan sudah memenuhi dimana sebelumnya pada Tabel 4.22Tabel 4.27 Indeks Fit *Full Model* terdapat tiga indeks seperti probabilitas, CMIN/DF, dan CFI belum memenuhi kriteria karena berada dalam luar batasan yang sudah ditetapkan.

Tabel 4.28 Indeks Fit Fitted Full Model

No.	Indeks	Cut Off Value	Hasil	Evaluasi Model
1.	Probabilitas	> 0,05	0,071	<i>Good Fit</i>
2.	CMIN/DF	< 2	1,322	<i>Good Fit</i>
3.	CFI	≥ 0,90	0,990	<i>Good Fit</i>
4.	RMSEA	≤ 0,08	0,039	<i>Good Fit</i>

1.5 Pengujian Hipotesis

Dalam uji *fitted full model* dapat diperoleh hasil sesuai dengan data pada Tabel 4.29 yaitu terdapat pengaruh signifikan antar variabel dengan hasil *t-value* $\geq 1,967$ sehingga terdapat hipotesis H1, H2, H3, H4, H7, dan H8 diterima serta terdapat dua hipotesis yang ditolak yaitu H5 dan H6. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan *t-value* dengan tingkat signifikansi 0,05. Nilai *t-value* dengan menggunakan program AMOS merupakan nilai *critical ratio* (CR) pada *Regression Weights* dari hubungan antar variabel *fitted full model* diatas. Kriteria pengujian adalah jika *t-value* atau *critical ratio* (CR) $\geq 1,967$ maka hipotesis diterima dan sebaliknya, jika jika *t-value* atau *critical ratio* (CR) $\leq 1,967$ maka hipotesis ditolak.

Tabel 4.29 Estimasi Uji Hubungan Fitted Full Model

Hipotesis	Variabel Terikat	Variabel Bebas	Estimate	P	t	Hasil
H1	Persepsi Kegunaan	Persepsi Kenyamanan	0,770	***	8,160	Diterima
H2	Kepuasan	Persepsi Kegunaan	0,779	***	5,481	Diterima
H3	Kebiasaan	Persepsi Kegunaan	1,078	0,006	2,726	Diterima
H4	Kepuasan	Persepsi Kenyamanan	0,286	0,023	2,279	Diterima
H5	Kebiasaan	Persepsi Kenyamanan	0,122	0,616	0,501	Ditolak
H6	Kebiasaan	Kepuasan	0,157	0,628	0,484	Ditolak

H7	Niat Keberlanjutan Penggunaan	Kepuasan	0,493	***	5,841	Diterima
H8	Niat Keberlanjutan Penggunaan	Kebiasaan	0.182	***	3.894	Diterima

1.6 Pembahasan

Berdasarkan tabel 4.29 diperoleh hasil *t-value* untuk hipotesis setiap variabel yang menyatakan adanya pengaruh. Berikut hasil penelitian yang dikaji dengan beberapa teori dan jurnal sebagai berikut :

1. Mengenai persepsi kenyamanan terhadap persepsi kegunaan, untuk model ini diperoleh nilai *t-value* sebesar 8,160. Sehingga hipotesis H1 yang menyatakan persepsi kenyamanan terhadap persepsi kegunaan berpengaruh signifikan diterima. Hasil tersebut sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa persepsi kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap persepsi kegunaan. Hipotesis yang diterima menunjukkan bahwa semakin menarik dan menyenangkan fitur-fitur yang ada di dalam aplikasi penunjuk jalan maka semakin tinggi manfaat yang dirasakan oleh pengguna. Hal ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya yang menjadi referensi utama dalam penelitian ini yaitu Purnamasari dan Advensia (2014).
2. Mengenai persepsi kegunaan terhadap kepuasan, untuk model ini diperoleh nilai *t-value* sebesar 5,481. Hipotesis H2 dapat dinyatakan bahwa persepsi kegunaan terhadap kepuasan berpengaruh signifikan diterima. Hasil tersebut sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Hipotesis yang diterima menunjukkan bahwa

semakin besar manfaat yang dirasakan oleh pengguna dari menggunakan aplikasi penunjuk jalan maka semakin tinggi kepuasan yang dirasakan. Hal ini didukung oleh penelitian sebelumnya dan menjadi referensi utama dalam penelitian ini yaitu Bataineh, *et. al* (2015), Luqman, *et. al* (2016), Wang, *et. al* (2016), Hadji Ing dan Degoulet (2016), Hsiao *et. al* (2015), Hu dan Zhang (2015), Oghuma *et. al* (2015), Zhao *et. al* (2015), dan Ofori *et al* (2016).

3. Mengenai persepsi kegunaan terhadap kebiasaan, untuk model ini diperoleh nilai *t-value* sebesar 2,726 sehingga hipotesis H3 dapat dinyatakan bahwa persepsi kegunaan terhadap kebiasaan berpengaruh signifikan diterima. Hasil tersebut sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap kebiasaan. Hipotesis yang diterima menunjukkan bahwa semakin besar manfaat aplikasi penunjuk jalan yang dirasakan oleh pengguna maka pengguna akan menggunakan aplikasi tersebut berulang-ulang dalam kehidupan sehari-harinya dan digunakan secara terus menerus. Hal ini didukung oleh penelitian-penelitian sebelumnya yang merupakan referensi utama dalam penelitian yaitu Hsiao *et. al.* (2015).
4. Mengenai persepsi kenyamanan terhadap kepuasan, untuk model ini diperoleh nilai *t-value* sebesar 2,279 sehingga hipotesis H4 dapat dinyatakan bahwa persepsi kenyamanan terhadap kepuasan berpengaruh signifikan diterima. Hasil tersebut sesuai dengan teori dari penelitian-penelitian sebelumnya yang merupakan referensi di dalam penelitian ini yaitu Bataineh

et. al. (2015), Hsiao *et. al.* (2015), Oghuma *et. al.* (2016), Ofori *et.al.* (2016), Dang dan Nguyen (2015), Lung Shiau dan Luo (2012) yang menyatakan bahwa persepsi kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Hipotesis yang diterima menunjukkan bahwa pengguna merasakan fitur-fitur yang terdapat pada aplikasi penunjuk jalan menarik dan menyenangkan sehingga membuat pengguna merasa puas dalam menggunakan aplikasi penunjuk jalan tersebut.

5. Mengenai persepsi kenyamanan terhadap kebiasaan, untuk model ini diperoleh nilai *t-value* sebesar 0,501 sehingga hipotesis H5 dapat dinyatakan bahwa persepsi kenyamanan terhadap kebiasaan berpengaruh signifikan ditolak. Hipotesis yang ditolak menunjukkan bahwa tidak dapat mengungkapkan hubungan antara persepsi kenyamanan dan kebiasaan sehingga hipotesis ini tidak didukung oleh penelitian terdahulu sebagai referensi utama. Teori kebiasaan menurut Alina Shamsudin *et. al.* (2013: 34-35) bahwa kebiasaan adalah rutinitas perilaku yang diulang secara teratur dan cenderung terjadi sadar. Hal ini didefinisikan yaitu cara yang lebih atau kurang tetap berpikir, bersedia, atau perasaan yang diperoleh melalui pengulangan sebelumnya. Kebiasaan dipandu oleh proses kognitif otomatis, bukan dengan rumitnya proses pengambilan keputusan.¹ Dalam kasus ini adalah pengguna yang merasa nyaman menggunakan aplikasi penunjuk jalan dalam melakukan pencarian lokasi akan tetapi karena terkadang terjadi ketidakakuratan lokasi yang dituju atau belum ada tempat yang belum

¹ Solomon, Oluyinka *et. al.*, "Identifying factors That Determine Intention to Use Electronic banking: A Conceptual Study" *MiddleEast Journal of Scientific Research*, 2013. pp. 1014-1015

dipetakan sehingga tidak bisa mengkonfirmasi pengalaman sebelumnya maka hal ini menyebabkan persepsi kenyamanan tidak berpengaruh terhadap kebiasaan.

6. Mengenai kepuasan terhadap kebiasaan, untuk model ini diperoleh nilai *t-value* sebesar 0,484 sehingga hipotesis H6 dapat dinyatakan bahwa kepuasan terhadap kebiasaan berpengaruh signifikan ditolak. Hal ini dapat dikatakan bahwa hipotesis ditolak karena tidak ada hubungan antara kepuasan dan kebiasaan dalam penggunaan aplikasi penunjuk jalan. Di dalam penelitian terdahulu yang dijadikan referensi utama dalam penelitian ini, tidak ada yg mendukung hipotesis tersebut sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis ini merupakan temuan baru. Hal ini berlawanan dengan teori yang disebutkan pada Wang *et. al.* bahwa kepuasan merupakan faktor kunci dalam terbentuknya kebiasaan karena pengalaman yang memuaskan akan meningkatkan kecenderungan seseorang untuk mengulangi tindakan yang sama.² Akan tetapi hal ini dapat dijelaskan pada teori menurut Elfiky, kebiasaan terbentuk melalui enam tahapan yaitu berfikir, perekaman, pengulangan, penyimpanan, pengulangan, dan kebiasaan. Dalam tahapan berfikir seseorang memikirkan sesuatu, memberi perhatian, dan berkonsentrasi padanya. Selanjutnya, tahap perekaman adalah ketika seseorang memikirkan sesuatu dan otaknya merekam. Dalam tahap pengulangan, seseorang memutuskan untuk mengulang perilaku yang sama dengan perasaan yang sama. Setelah mengulang, seseorang akan

² Lingyu Wang, *et al.*, *op. cit.*, p.4

menyimpannya dalam file dan menghadirkannya setiap saat menghadapi kondisi yang serupa. Terakhir tahap pengulangan, dalam tahap ini disadari ataupun tidak seseorang mengulangi kembali perilaku yang tersimpan kuat di dalam akal bawah sadar.³ Dalam kasus ini, saat pengguna dihadapkan pada tahap pengulangan kedua, dimana kondisi yang dihadapi pada saat menggunakan aplikasi penunjuk jalan hasilnya harus sesuai dengan kondisi sebelumnya yaitu merasa puas dengan aplikasi penunjuk jalan yang digunakan, akan tetapi karena kemungkinan adanya ketidakakuratan lokasi yang dituju karena belum di *update* atau jalan yang ditunjukkan harus dilalui dengan medan yang sulit maka hal ini bisa menyebabkan kepuasan dalam penggunaan aplikasi penunjuk jalan tidak mempengaruhi kebiasaan.

7. Mengenai kepuasan terhadap niat keberlanjutan penggunaan, untuk model ini diperoleh nilai *t-value* sebesar 5,841 sehingga dapat dinyatakan bahwa kepuasan terhadap niat keberlanjutan penggunaan berpengaruh signifikan diterima. Hasil tersebut sesuai dengan penelitian sebelumnya yang merupakan referensi utama dalam penelitian ini yaitu Lung Shiau dan Luo (2012), Pereira *et al* (2015), Bataineh *et al* (2015), Luqman *et al* (2016), Wang *et al* (2016), Hadji Ing dan Degoulet (2016), Hu dan Zhang (2015), Oghuma *et. al.* (2016), Ofori *et.al.* (2016), Dang dan Nguyen (2015), dan Zhao *et. al* (2015) yang menyatakan bahwa kepuasan berpengaruh signifikan terhadap niat keberlanjutan penggunaan. Hipotesis yang diterima ini menunjukkan bahwa kepuasan yang dirasakan oleh pengguna aplikasi

³ Ibrahim Elfiky. *Terapi Berfikir Positif*. (Jakarta : Penerbit Zaman, 2008) p.88

penunjuk jalan menimbulkan niat untuk menggunakan aplikasi tersebut secara terus menerus apabila dihadapkan dalam melakukan pencarian lokasi yang dituju baik jarak yang ditempuh maupun cara menuju lokasi tujuan.

8. Mengenai kebiasaan terhadap niat keberlanjutan penggunaan, untuk model ini diperoleh nilai *t-value* sebesar 3,894 sehingga dapat dinyatakan bahwa kebiasaan terhadap niat keberlanjutan penggunaan berpengaruh signifikan diterima. Hasil tersebut sesuai dengan penelitian sebelumnya yang merupakan referensi dalam penelitian ini yaitu Wang *et al* (2016), Zhao *et. al* (2015) dan Xu (2014) yang menyatakan bahwa kebiasaan berpengaruh signifikan terhadap niat keberlanjutan penggunaan. Hipotesis yang diterima ini menunjukkan bahwa saat dihadapkan dalam melakukan pencarian lokasi, secara otomatis pengguna menggunakan aplikasi petunjuk jalan, hal ini dapat dikatakan bahwa sudah menjadi kebiasaan bagi pengguna sehingga secara natural timbul niat untuk menggunakan aplikasi petunjuk jalan tersebut secara berkelanjutan.

1.7 Uji Alternatif

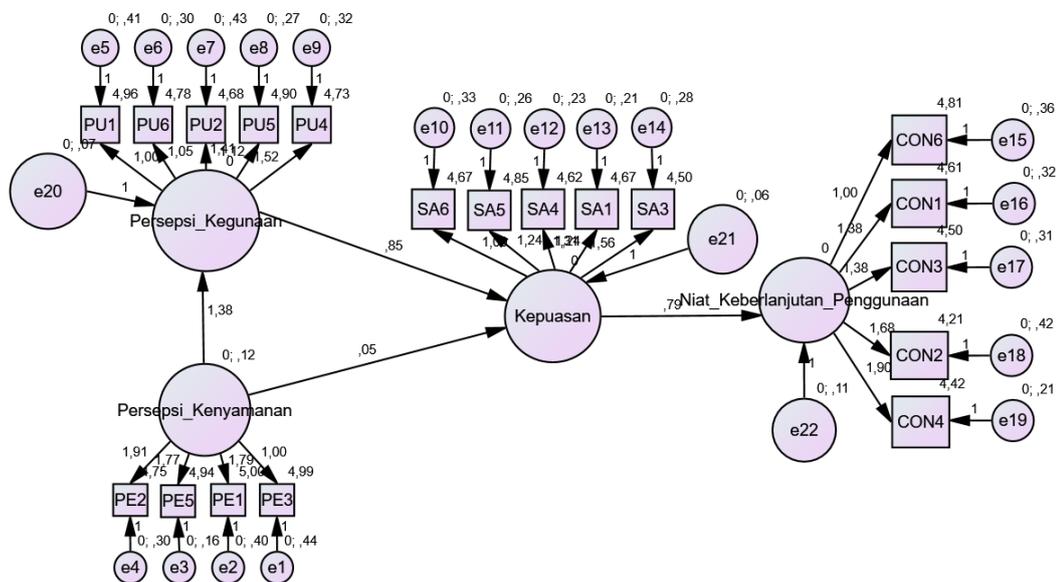
1.7.1 Uji Alternatif Hubungan Antar Variabel *Full Model*

Setelah dilakukan uji hubungan antar variabel pada gambar IV.14 diatas diketahui bahwa terdapat dua hipotesis yang ditolak yaitu H5 : pengaruh persepsi kenyamanan terhadap kebiasaan dan H6 : pengaruh kepuasan terhadap kebiasaan. Maka dari itu, dilakukan alternatif pengujian hipotesis dengan asumsi

bahwa kebiasaan tidak adanya pengaruh terhadap variabel lain. Dari uji alternatif ini hanya terdapat empat variabel dan empat hipotesis yaitu :

- H1 : Terdapat pengaruh signifikan persepsi kenyamanan terhadap persepsi kegunaan
- H2 : Terdapat pengaruh signifikan persepsi kenyamanan terhadap kepuasan
- H3 : Terdapat pengaruh signifikan persepsi kegunaan terhadap kepuasan
- H4 : Terdapat pengaruh signifikan kepuasan terhadap niat keberlanjutan penggunaan.

Berikut uji alternatif hubungan antar variabel apabila variabel Kebiasaan tidak disertakan dalam pengujian hipotesis :



Gambar 4.15 Alternatif Full Model

Pada Gambar 4.15 merupakan uji alternatif hubungan antar variabel *Full Model* dimana setelah dilakukan pengolahan data, hasil tersebut belum memenuhi kriteria-kriteria yang telah ditetapkan. Dapat dilihat hasil dari pengolahan data

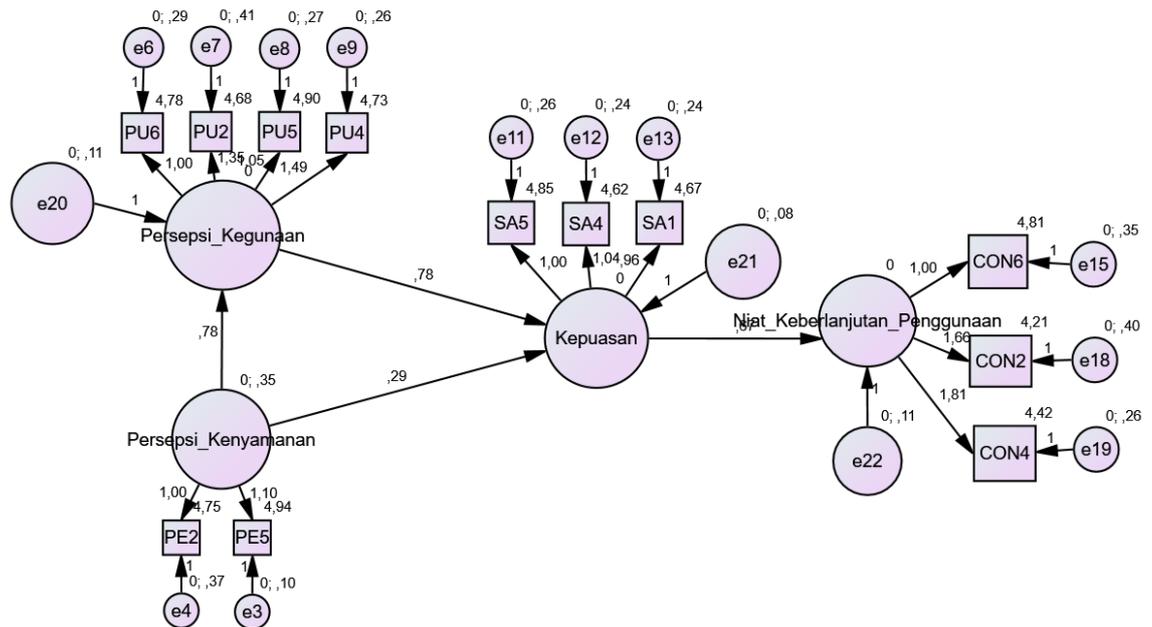
tersebut pada Tabel 4.30 Tabel 4.25, dimana hanya CFI yang dinyatakan *Good Fit* maka dari itu harus dilakukan pengolahan data lebih lanjut agar hasilnya memenuhi kriteria yang telah ditetapkan.

Tabel 4.30 Indeks Fit Alternatif *Full Model*

No.	Indeks	<i>Cut Off Value</i>	Hasil	Evaluasi Model
1.	Probabilitas	$> 0,05$	0,000	<i>Not Fit</i>
2.	CMIN/DF	< 2	2,411	<i>Not Fit</i>
3.	CFI	$\geq 0,90$	0,920	<i>Good Fit</i>
4.	RMSEA	$\leq 0,08$	0,082	<i>Not Fit</i>

1.7.2 Uji Alternatif Hubungan Antar Variabel *Fitted Full Model*

Setelah dilakukan pengolahan data dengan empat variabel maka terdapat beberapa indikator yang dihapuskan seperti yang tertera pada gambar IV.16. Pada variabel persepsi kenyamanan yang semula terdapat empat indikator pada gambar IV.15, tersisa dua indikator yaitu PE2 dan PE5. Pada variabel persepsi kegunaan yang semula terdapat lima indikator, terdapat indikator yang harus dieliminasi yaitu PU1 sehingga tersisa empat indikator yaitu PU6, PU2, PU5, PU4. Pada variabel kepuasan yang semula juga terdapat lima indikator, didalam *fitted full model* tersisa SA5, SA4, dan SA1. Sedangkan, variabel niat keberlanjutan penggunaan yang semula terdapat lima indikator, harus dieliminasi indikator CON1 dan CON3 sehingga tersisa tiga indikator CON6, CON2, CON4.



Gambar 4.16 Alternatif *Fitted Full Model*

Dapat dilihat pada Tabel 4.31 terdapat perubahan pada alternatif *fitted full model* dimana semua indeks sudah memenuhi kriteria dan dapat dikatakan *Good Fit*.

Tabel 4.31 Indeks Fit Alternatif *Fitted Full Model*

No.	Indeks	Cut Off Value	Hasil	Evaluasi Model
1.	Probabilitas	> 0,05	0,129	<i>Good Fit</i>
2.	CMIN/DF	< 2	1,229	<i>Good Fit</i>
3.	CFI	≥ 0,90	0,992	<i>Good Fit</i>
4.	RMSEA	≤ 0,08	0,033	<i>Good Fit</i>

Dalam uji alternatif *fitted full model* dapat diperoleh hasil sesuai dengan data pada Tabel 4.32 yaitu terdapat pengaruh signifikan antar variabel dengan hasil *t-value* ≥ 1,967 sehingga hipotesis H1, H2, H3 dan H4 diterima. Hasil ini

sesuai dengan asumsi bahwa jika tidak disertakan variabel Kebiasaan bahwa semua hipotesis dapat diterima.

Tabel 4.32 Estimasi Uji Alternatif Hubungan *Fitted Full Model*

Hipotesis	Variabel Terikat	Variabel Bebas	<i>Estimate</i>	P	t	Hasil
H1	Persepsi Kegunaan	Persepsi Kenyamanan	0,776	***	8,270	Diterima
H2	Kepuasan	Persepsi Kegunaan	0,288	0,18	2,368	Diterima
H3	Kepuasan	Persepsi Kegunaan	0,781	***	5,588	Diterima
H4	Niat Keberlanjutan Penggunaan	Kepuasan	0,665	***	8,623	Diterima

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian ini, penulis dapat memaparkan kesimpulan yang dapat diambil yaitu sebagai berikut :

1. Keseluruhan pengguna aplikasi penunjuk jalan pada aplikasi ini memiliki kendaraan sendiri dan menggunakan aplikasi penunjuk jalan saat berkendara. Mayoritas pengguna aplikasi penunjuk jalan pada penelitian ini adalah berjenis kelamin perempuan. Pengguna aplikasi penunjuk jalan sangat beragam mulai dari usia <20 Tahun hingga usia 45 Tahun. Status pekerjaan pun beragam dari tidak bekerja, belum bekerja, bekerja dan mempunyai usaha sendiri dengan pendidikan terakhir dari SMP, SMA, Diploma, S-1 hingga S-2. Mayoritas pengguna aplikasi penunjuk jalan ini adalah yang menggunakan kendaraan roda dua daripada kendaraan roda empat maupun keduanya. Aplikasi penunjuk jalan yang paling banyak digunakan oleh pengguna yaitu *Google Maps*, yang kedua yaitu *Waze*, dan sedikit yang menggunakan *Here We Go*.
2. Terdapat pengaruh signifikan persepsi kenyamanan terhadap persepsi kegunaan pada aplikasi penunjuk jalan, sehingga H1 diterima.

3. Terdapat pengaruh signifikan persepsi kegunaan terhadap kepuasan pada aplikasi penunjuk jalan, sehingga H2 diterima.
4. Terdapat pengaruh signifikan persepsi kegunaan terhadap kebiasaan pada aplikasi penunjuk jalan, sehingga H3 diterima.
5. Terdapat pengaruh signifikan persepsi kenyamanan terhadap kepuasan pada aplikasi penunjuk jalan, sehingga H4 diterima.
6. Terdapat pengaruh tidak signifikan persepsi kenyamanan terhadap kebiasaan pada aplikasi penunjuk jalan, sehingga H5 ditolak.
7. Terdapat pengaruh tidak signifikan kepuasan terhadap kebiasaan pada aplikasi penunjuk jalan, sehingga H6 ditolak.
8. Terdapat pengaruh signifikan kepuasan terhadap niat keberlanjutan penggunaan pada aplikasi penunjuk jalan, sehingga H7 diterima.
9. Terdapat pengaruh signifikan kebiasaan terhadap niat keberlanjutan penggunaan pada aplikasi penunjuk jalan, sehingga H8 diterima.

1.2 Implikasi Manajerial

Hasil dari temuan pada penelitian diharapkan dapat memberikan dukungan dan manfaat bagi pihak – pihak terkait yaitu sebagai berikut :

1. Analisis dari pengujian hipotesis dengan *full* model bahwa faktor kepuasan merupakan variabel yang kuat dalam mempengaruhi niat keberlanjutan penggunaan aplikasi penunjuk jalan. Maka praktisi atau perusahaan perlu memperhatikan kepuasan pengguna dalam menggunakan aplikasi penunjuk jalan yaitu fitur-fitur, kenyamanan dan manfaat serta keakuratan aplikasi tersebut. Selain itu, praktisi atau perusahaan diharapkan untuk

lebih memperhatikan persepsi kegunaan yang sudah teruji dipengaruhi secara signifikan oleh persepsi kenyamanan. Hal ini dikarenakan kenyamanan dalam menggunakan aplikasi penunjuk jalan dapat membuat pengguna merasa bahwa aplikasi tersebut berguna dan menjadi ketergantungan dalam menggunakan aplikasi tersebut.

2. Di dalam penelitian ini juga dilakukan uji alternatif pengujian hipotesis tanpa menggunakan variabel kebiasaan karena pada uji hipotesis *fitted full* model, diketahui bahwa terdapat dua hipotesis yang ditolak yaitu persepsi kenyamanan yang mempengaruhi kebiasaan dan kepuasan yang mempengaruhi kebiasaan. Hasil dari pengujian ini adalah bahwa semua hipotesis diterima. Maka dari itu, perusahaan atau pengembang aplikasi diharapkan untuk mengesampingkan faktor kebiasaan karena teruji tidak dipengaruhi oleh faktor persepsi nyaman dan kepuasan dalam menggunakan aplikasi penunjuk jalan.
3. Hasil dari analisis deskriptif dari persepsi kenyamanan menunjukkan bahwa pengguna lebih nyaman menggunakan aplikasi dalam melakukan pencarian suatu lokasi. Hal ini dikarenakan pengguna bisa menggunakan aplikasi tersebut sebagai *sharing* informasi, aplikasi yang ringan dan cepat penggunaannya, dan tampilan yang menarik. Oleh karena itu, perusahaan dan pengembang aplikasi baiknya untuk meningkatkan fitur-fitur yang terdapat di dalam aplikasi penunjuk jalan agar pengguna merasa nyaman dan menggunakannya secara berkelanjutan.

4. Hasil dari analisis deskriptif dari persepsi kegunaan menunjukkan bahwa pengguna merasa aplikasi penunjuk jalan sangat bermanfaat di dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini dikarenakan memudahkan pengguna untuk mencari suatu lokasi dan menunjukkan jalan yang paling cepat dan akurat sehingga aplikasi penunjuk jalan dirasa efektif dan efisien dibandingkan dengan menggunakan cara lain. Oleh karena itu, perusahaan dan pengembang aplikasi baiknya untuk dapat meningkatkan dan menjaga akurasi informasi terhadap suatu pencarian lokasi.
5. Hasil dari analisis deskriptif dari kebiasaan menunjukkan bahwa saat dihadapkan dalam melakukan pencarian lokasi, aplikasi penunjuk jalan adalah pilihan yang tepat untuk digunakan. Akan tetapi, kenyamanan dan kepuasan dalam menggunakan aplikasi tidak mempengaruhi pengguna untuk menjadikan aplikasi penunjuk jalan digunakan secara otomatis. Hal ini menunjukkan bahwa selain banyaknya keuntungan dan manfaat yang diperoleh oleh pengguna sehingga merasa nyaman dan puas, terdapat hal-hal yang masih harus diperbaiki karena pengguna merasa tidak terlalu ketergantungan dalam menggunakan aplikasi penunjuk jalan.
6. Hasil dari analisis deskriptif dari kepuasan menunjukkan bahwa pengguna merasa puas karena telah mengunduh aplikasi penunjuk jalan. Hal ini dikarenakan berdasarkan pengalaman dalam melakukan pencarian lokasi dan fitur-fitur yang terdapat di dalam aplikasi, pengguna merasa puas dan senang. Oleh karena itu, perusahaan dan pengembang aplikasi diharapkan

menjaga faktor-faktor yang dapat membuat pengguna merasa puas dan senang.

7. Hasil dari analisis deskriptif dari niat keberlanjutan penggunaan menunjukkan bahwa pengguna akan merekomendasikan kepada orang lain apabila dihadapkan dalam melakukan pencarian lokasi. Selain itu, pengguna juga percaya dan yakin bahwa akan ada pembaharuan terhadap fitur-fitur aplikasi penunjuk jalan. Maka, perusahaan dan pengembang aplikasi agar dapat menjaga dan mempertahankan serta mewujudkan pembaharuan fitur-fitur tersebut sehingga membuat pengguna mejadi konsisten dalam menggunakan aplikasi di dalam kehidupan sehar-harinya.

1.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka peneliti memberikan saran di dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk penelitian selanjutnya
 - a. Penelitian ini juga dapat dilakukan kembali dengan pilihan apilkasi dengan bisnis berbeda, contohnya aplikasi *game*, aplikasi *market place*, aplikasi forum dan komunitas, ataupun aplikasi portal berita.
 - b. Penelitian ini juga dapat dilakukan kembali dengan pembahasan variabel yang berbeda. Contohnya seperti loyalitas terhadap perusahaan pengembang apilkasi, citra aplikasi, perilaku dalam menggunakan.

- c. Dapat dilihat dari hasil penelitian ini, ditemukan bahwa variabel kebiasaan teruji tidak berdampak pada hasil penelitian, sehingga disarankan untuk mencoba dengan ragam responden yang lebih luas.
2. Untuk pengembang aplikasi penunjuk jalan
 - a. Di dalam penelitian ini disebutkan bahwa nilai persepsi kenyamanan dalam penggunaan aplikasi yaitu sebesar 81,17%, namun pada akhirnya tidak membuat aplikasi ini menjadi satu-satunya cara dalam mencari informasi lokasi, karena terkadang ada beberapa informasi yang kurang akurat yang ditampilkan aplikasi membuat pengguna memerlukan informasi pendamping diluar dari aplikasi tersebut.
 - b. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa nilai kebiasaan dalam penggunaan aplikasi termasuk dalam kategori cukup yaitu 67,58%, maka penulis menyarankan untuk meningkatkan strategi kedepannya, agar aplikasi lebih informatif dan lebih kaya fitur sehingga meningkatkan kebiasaan pengguna agar secara otomatis dan ketergantungan menggunakan aplikasi dalam mencari lokasi.
 - c. Dari segi kepuasan aplikasi, ditemukan bahwa nilai kepuasan dalam penggunaan aplikasi termasuk dalam kategori baik yaitu 75,79%. Bagi para pengembang aplikasi, diharapkan untuk memperhatikan nilai kepuasannya, contohnya dari informasi, akurasi dan kecepatan aplikasi dalam pengaksesan.
 - d. Dari segi niat keberlanjutan penggunaan juga menunjukkan dalam kategori baik yaitu 75,93%, hasil ini dapat menjadi pertimbangan dalam

pengembangan aplikasi agar aplikasi tetap menjadi pilihan utama dalam mencari lokasi dan menunjuk arah. Untuk mencapai nilai ini pengembang harus memperhatikan variabel yang memicunya, dari segi kenyamanan, kegunaan dan kepuasan terhadap penggunaan aplikasi penunjuk jalan tersebut.