

**ANALISIS & USULAN PENINGKATAN NIAT
MENGUNAKAN APLIKASI CITITRANS BOOKING
BERDASARKAN MODEL PCI DENGAN
MEMPERTIMBANGKAN PENGARUH SOSIAL**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar
Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

Disusun oleh:

Nama : Michael Christianto

NPM : 2014610149



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG
2018**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Michael Christianto
NPM : 2014610149
Program Studi : Teknik Industri
Judul Skripsi : ANALISIS & USULAN PENINGKATAN NIAT MENGGUNAKAN
APLIKASI CITITRANS BOOKING BERDASARKAN MODEL
PCI DENGAN MEMPERTIMBANGKAN PENGARUH SOSIAL

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, 7 Agustus 2018

Ketua Program Studi Teknik Industri

(Romy Loice, S.T., M.T.)

Pembimbing I

(Hotna Marina Rosaly Sitorus, S.T., M.M)

Pembimbing II

(Romy Loice, S.T., M.T.)



Jurusan Teknik Industri
Fakultas Teknologi Industri
Universitas Katolik Parahyangan

Pernyataan Tidak Mencontek atau Melakukan Tindakan Plagiat

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Michael Christianto

NPM : 2014610149

dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

**“ANALISIS & USULUAN PENINGKATAN NIAT MENGGUNAKAN APLIKASI
CITITRANS BOOKING BERDASARKAN MODEL PCI DENGAN
MEMPERTIMBANGKAN PENGARUH SOSIAL”**

adalah hasil pekerjaan saya dan seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya.

Bandung, 7 Agustus 2018

Michael Christianto
2014610149

ABSTRAK

Penggunaan *smartphone* telah merambah berbagai macam bidang, salah satunya adalah jasa transportasi darat. Cititrans merupakan perusahaan penyedia jasa transportasi darat yang telah memanfaatkan *smartphone* dengan membuat aplikasi Cititrans Booking. Cititrans memiliki harapan agar terjadi peningkatan jumlah konsumen yang menggunakan aplikasi Cititrans Booking. Salah satu cara yang efektif adalah dengan melakukan penelusuran mengenai hal apa saja yang membuat konsumen mengadopsi suatu teknologi. Maka dari itu, perlu dilakukan penelitian agar dapat mengetahui hal apa saja yang memengaruhi niat konsumen dalam menggunakan aplikasi Cititrans Booking.

Penelitian dilakukan dengan menggunakan model *Perceived Characteristics of Innovating* (PCI) dengan menambahkan variabel *social influence*. Model PCI ini sendiri terdiri 8 variabel, yakni *Voluntariness of Use* (VOU), *Image* (IM), *Relative Advantage* (RA), *Compatibility* (COM), *Ease of Use* (EOU), *Result Demonstrability* (RD), *Visibility* (VIS), dan *Trialability* (TRI). Dalam penelitian ini, variabel *trialability* tidak dimasukkan karena tidak adanya tahapan dalam melakukan uji coba aplikasi Cititrans Booking. Pengambilan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner dalam bentuk *google form* yang disebarakan kepada berbagai komunitas dan kalangan. Selanjutnya, dilakukan pengolahan data menggunakan *Partial Least Square Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Dengan menggunakan SEM, dilakukan pengujian model pengukuran dan model struktural. Model pengukuran dilakukan untuk mengetahui bagaimana hubungan variabel indikator terhadap variabel laten dan pengujian model struktural untuk menggambarkan hubungan antara variabel laten.

Berdasarkan hasil pengujian, diketahui bahwa variabel *compatibility* dan *visibility* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention*. Untuk menanggapi hal ini diberikan tiga buah saran. Saran pertama adalah melakukan promosi menggunakan media iklan. Iklan ini memiliki konten yang menunjukkan bahwa aplikasi Cititrans Booking itu mudah dan praktis digunakan serta sesuai dengan gaya hidup modern yang sering menggunakan aplikasi di berbagai kegiatan sehari-hari. Iklan ini nantinya dapat dipublikasikan melalui media *Youtube ads*, *Instagram ads*, dan juga *Facebook ads*. Disarankan juga agar Cititrans membuat perlombaan membuat iklan untuk menekan biaya yang harus dikeluarkan. Saran kedua adalah memberikan informasi singkat mengenai Cititrans Booking yang sesuai dengan gaya hidup modern pada saat konsumen melakukan penukaran tiket. Saran yang ketiga adalah membuat promo *cashback* 10% menggunakan media Instagram ataupun Facebook bagi para pengguna aplikasi Cititrans Booking dengan ketentuan mengunggah tiket perjalanan, menggunakan *hash tag* "Cititrans Booking 90%" dan "Tap, Book, and Go" kemudian *mention* kelima temannya dan juga akun resmi milik Cititrans.

ABSTRACT

Smartphone usage has reached many kinds of fields, one of which is land transportation service. Cititrans is a provider of land transportation services that has utilized smartphone by making Cititrans Booking application. Cititrans hopes that a great number of customer using Cititrans Booking application are increasing. Thus it is required to do research about what affects customer's behavioral intention in using Cititrans Booking application.

The research is conducted using Perceived Characteristics of Innovating model (PCI) by adding social influence as addition variable. The PCI model itself consists of eight variables as Voluntariness of Use (VOU), Image (IM), Relative Advantage (RA), Compatibility (COM), Ease of Use (EOU), Result Demonstrability (RD), Visibility (VIS) and Trialability (TRI). In this study, trialability variable is not included because there is no trial stages in Cititrans Booking application. Data collection is done using google form that distributed to many communities. Next, the data that has collected is processed using Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM). In SEM, there are measurement model test and structural model test. The measurement model test is performed to find out how the relationship between indicator variables to latent variable and structural model test is done to illustrate the relationship between latent variables.

Based on the test result, compatibility and visibility are variables that significant to behavioral intention. Therefore three suggestions to respond the significant variables. First suggestion is doing promotion using advertisement. This advertisement is containing ease and practical usage of Cititrans Booking application which fit into modern lifestyle that often uses application in various activity. This advertisement can be published using Youtube ads, Instagram ads, and Facebook ads. Also it is recommended for Cititrans to create advertisement contest so the cost can be minimized. Another suggestion is providing brief information about Cititrans Booking that fit into modern lifestyle when the customer is exchanging the ticket. Last suggestion is making 10% cashback promotion using Instagram or Facebook for every users using Cititrans Booking with particular regulations which are uploading the ticket to social media, using hash tags like "Cititrans Booking 90%" and "Tap, Book, and Go" then mention five of their friends and official account of Cititrans.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkatnya yang melimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan penelitian yang berjudul “ANALISIS & USULAN PENINGKATAN NIAT MENGGUNAKAN APLIKASI CITITRANS BOOKING BERDASARKAN MODEL PCI DENGAN MEMPERTIMBANGKAN PENGARUH SOSIAL”.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada.

1. Ibu Hotna Marina Rosaly Sitorus, S.T., M.M. selaku pembimbing pertama yang telah membantu dan membimbing dalam melakukan penelitian.
2. Bapak Romy Loice, S.T., M.T. selaku pembimbing kedua yang telah membantu dan membimbing dalam melakukan penelitian.
3. Bapak Fransiscus Rian Praktikto, S.T., M.T., M.S. selaku penguji sidang skripsi yang telah memberikan berbagai macam masukan dan arahan.
4. Ibu Titi Iswari, S.T., M.Sc., M.B.A. selaku penguji sidang skripsi yang telah memberikan berbagai macam masukan dan arahan.
5. Bapak Dr. Carles Sitompul selaku Ketua Program Studi Teknik Industri yang telah memberikan berbagai arahan selama perkuliahan.
6. Bapak Dr. Paulus Sukpto, Ir., M.B.A. selaku dosen wali yang telah memberikan berbagai masukan selama masa perkuliahan.
7. Bapak Daniel Edward selaku Manajer Pemasaran dan Penjualan Cititrans yang telah memberikan izin dan membantu untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan.
8. Orang tua serta keluarga yang selalu memberikan dukungan, bantuan dan doanya sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.
9. Nila sebagai teman bimbingan yang telah membantu dan mendukung dalam penyelesaian penelitian.
10. Seluruh responden penelitian yang telah membantu penulis dengan mengisi kuesioner penelitian.

11. Teman-teman TI Unpar yang telah membantu dengan hadir dan memberikan masukan di dalam seminar penelitian.
12. WARM sebagai kelompok yang bersama-sama saling mendukung dan membantu dalam penyelesaian skripsi.
13. APXXX yang telah membantu dan memberikan hiburan bagi penulis semasa menyelesaikan penelitian.
14. A.N. dan Spade sebagai kelompok yang bersama-sama saling mendukung dan membantu dalam penyelesaian skripsi.
15. Pihak Tata Usaha yang telah membantu perihal administrasi selama perkuliahan dan membantu dalam administrasi perihal penyelesaian skripsi.
16. Semua dosen Jurusan Teknik Industri Unpar yang telah memberikan berbagai ilmu yang dibutuhkan sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.
17. Semua teman-teman Jurusan Teknik Industri Unpar yang telah menemani selama masa perkuliahan.
18. Semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu namanya.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas seluruh kebaikan yang telah diberikan kepada penulis. Akhir kata penulis berharap penelitian ini dapat berguna bagi seluruh pihak yang berkepentingan

Bandung, Juni 2018

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----|
| ABSTRAK..... | i |
| <i>ABSTRACT</i> | ii |
| KATA PENGANTAR..... | iii |
| DAFTAR ISI..... | v |
| DAFTAR TABEL..... | vii |
| DAFTAR GAMBAR..... | ix |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xi |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| I.1 Latar Belakang Penelitian..... | 1 |
| I.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah..... | 3 |
| I.3 Pembatasan Masalah..... | 6 |
| I.4 Tujuan Penelitian..... | 6 |
| I.5 Manfaat Penelitian | 7 |
| I.6 Metodologi Penelitian | 7 |
| I.7 Sistematika Penulisan..... | 10 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 1 |
| II.1 <i>Smartphone</i> | 1 |
| II.2 Adopsi Teknologi, Penerimaan Teknologi, dan Difusi Teknologi..... | 1 |
| II.3 Model-Model Adopsi Teknologi..... | 2 |
| II.3.1 <i>Techonology Acceptance Model (TAM)</i> | 2 |
| II.3.2 <i>Diffusion of Innovation (DOI)</i> | 3 |
| II.3.3 <i>Perceived Characteristics of Innovating (PCI)</i> | 4 |
| II.4 Sampel dan Teknik <i>Sampling</i> | 6 |
| II.5 Skala Pengukuran | 8 |
| II.6 <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i> | 9 |
| II.7 Pengujian Model Pengukuran SEM | 11 |
| II.8 Pengujian Model Struktural PLS-SEM..... | 11 |
| BAB III MODEL PENELITIAN, PENGUMPULAN DATA DAN PENGUJIAN | |
| MODEL..... | 1 |
| III.1 Penentuan Model Penelitian..... | 1 |
| III.2 Penyusunan dan Penyebaran Kuesioner Penelitian..... | 3 |

| | | |
|---------|---|----|
| III.2.1 | Operasionalisasi Variabel..... | 3 |
| III.2.2 | <i>Pre-test</i> dan Perbaikan Kuesioner Penelitian..... | 7 |
| III.2.3 | Penyebaran Kuesioner Penelitian..... | 8 |
| III.3 | Pengumpulan Data Kuesioner Penelitian..... | 8 |
| III.3.1 | Penyeleksian Data Kuesioner Penelitian..... | 9 |
| III.3.2 | Pengujian <i>Outlier</i> Data Kuesioner Penelitian..... | 9 |
| III.4 | Pengujian Model Penelitian | 12 |
| III.4.1 | Penentuan Metode dan <i>Software</i> yang Digunakan..... | 12 |
| III.4.2 | Pemodelan Menggunakan <i>Software</i> SMART-PLS..... | 13 |
| III.4.3 | Pengujian Model Pengukuran..... | 15 |
| III.4.4 | Pengujian Model Struktural..... | 23 |
| BAB IV | ANALISIS..... | 1 |
| IV.1 | Analisis Hasil Hipotesis Penelitian..... | 1 |
| IV.2 | Usulan yang Diberikan..... | 4 |
| IV.2.1 | Usulan untuk Menanggapi Variabel <i>Compatibility</i> | 5 |
| IV.2.2 | Usulan untuk Menanggapi Variabel <i>Visibility</i> | 7 |
| IV.2.3 | Rekap Usulan yang Diberikan..... | 10 |
| IV.3 | Evaluasi Usulan oleh Cititrans..... | 11 |
| BAB V | KESIMPULAN DAN SARAN..... | 1 |
| V.1 | Kesimpulan..... | 1 |
| V.2 | Saran..... | 2 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel II.1 SEM dan <i>Factor Analysis</i> | 9 |
| Tabel III.1 Definisi dan Variabel Indikator..... | 4 |
| Tabel III.2 Data Statistik Deskriptif Variabel Indikator..... | 15 |
| Tabel III.3 <i>Internal Consistency Reliability</i> | 16 |
| Tabel III.4 <i>Outer Loading</i> | 17 |
| Tabel III.5 <i>Internal Consistency Reliability</i> Iterasi 2..... | 18 |
| Tabel III.6 <i>Outer Loading</i> Iterasi 2..... | 19 |
| Tabel III.7 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> | 20 |
| Tabel III.8 <i>Cross Loading</i> Bagian 1..... | 21 |
| Tabel III.9 <i>Cross Loading</i> Bagian 2..... | 21 |
| Tabel III.10 <i>Cross Loading</i> Bagian 3..... | 22 |
| Tabel III.11 Pengujian Fornell-Larcker <i>Criterion</i> | 22 |
| Tabel III.12 <i>Inner VIF</i> | 24 |
| Tabel III.13 Uji Signifikansi Model Struktural..... | 24 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar I.1 Metodologi Penelitian..... | 8 |
| Gambar II.1 Model TAM..... | 3 |
| Gambar II.2 <i>Perceived Characteristics of Innovating</i> | 5 |
| Gambar III.1 Model Penelitian dengan Hipotesis..... | 2 |
| Gambar III.2 Profil Responden..... | 11 |
| Gambar III.3 Model Penelitian Menggunakan <i>Software</i> SMART-PLS..... | 14 |
| Gambar III.4 Hasil Akhir Pengujian Model Struktural..... | 26 |

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A KUESIONER PENELITIAN

LAMPIRAN B DATA KUESIONER SEBELUM DISELEKSI

LAMPIRAN C DATA KUESIONER SESUDAH DISELEKSI

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai tahapan awal dalam penelitian. Dimulai dari pembahasan latar belakang, identifikasi dan perumusan masalah. Selain itu, pada bab ini dibahas juga mengenai pembatasan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian. Metodologi penelitian dan sistematika penelitian juga dibahas dalam bab ini.

I.1 Latar Belakang Penelitian

Di era modern ini, teknologi menjadi salah satu kebutuhan di masyarakat. Masyarakat modern cenderung menuntut untuk mendapatkan informasi terkait produk dan jasa secara efektif dan efisien dengan menggunakan teknologi. Di Indonesia, salah satu teknologi yang penggunaannya sedang meningkat pesat adalah teknologi internet. Teknologi internet di Indonesia berkembang secara pesat seiring dengan meningkatnya kebutuhan yang ada di masyarakat.

Dalam menggunakan teknologi internet, *smartphone* menjadi salah satu sarana yang digunakan oleh masyarakat di Indonesia. Hal ini didukung juga oleh intensitas yang tinggi dari masyarakat Indonesia dalam menggunakan *smartphone*. McKinsey & Company menyatakan bahwa 73% pengguna internet di Indonesia mengakses internet melalui *smartphone* (Das, Gryseels, Sudhir, & Tan, 2016).

Penggunaan *smartphone* telah merambah berbagai macam bidang, salah satunya adalah jasa transportasi darat. Penggunaan *smartphone* pada jasa transportasi darat, umumnya terjadi pada layanan pemesanan kursi. Salah satu metode yang dapat digunakan konsumen dalam melakukan pemesanan kursi adalah melalui aplikasi.

Cititrans adalah salah satu dari berbagai macam jasa transportasi darat yang ada di Indonesia. Cititrans menawarkan layanan transportasi *pool to pool* kota Bandung dan Jakarta hingga Soekarno Hatta International Airport (SHIA).

Layanan *pool to pool* yang ditawarkan Cititrans ini memiliki tiga titik keberangkatan di Bandung dan enam titik di Jakarta.

Citrans merupakan perusahaan penyedia jasa transportasi darat yang telah memanfaatkan aplikasi. Aplikasi yang dimiliki Cititrans ini bernama Cititrans Booking. Target utama dari dibuatnya aplikasi Cititrans Booking adalah konsumen yang telah menggunakan Cititrans. Aplikasi Cititrans Booking dibuat dengan tujuan memfasilitasi dan mempermudah konsumen Cititrans dalam melakukan pemesanan.

Melalui aplikasi Cititrans Booking, konsumen dapat dengan mudah melakukan pemesanan. Konsumen dapat melakukan pemesanan kursi dengan hanya mengetuk layar *smartphone*. Menurut Daniel Edward, selaku Manajer Pemasaran dan Penjualan Cititrans, aplikasi Cititrans Booking merupakan pengembangan dari metode pemesanan yang sudah ada sebelumnya (membeli secara langsung di *pool* Cititrans, menelepon *call centre*, dan memesan via *website* Cititrans) sehingga konsumen dapat melakukan pemesanan dengan cara yang lebih praktis. Kemudahan inilah yang ditawarkan aplikasi Cititrans Booking agar konsumen dapat melakukan pemesanan dengan efektif dan efisien hanya dengan menggunakan *smartphone*.

Citrans tentunya memiliki target dan harapan tertentu terkait aplikasi Cititrans Booking. Menurut Manajer Pemasaran dan Penjualan Cititrans, pada tahun 2017, Cititrans menargetkan 50% konsumen yang ada di setiap bulannya untuk sudah menggunakan aplikasi Cititrans Booking dalam melakukan pemesanan. Manajer Pemasaran dan Penjualan Cititrans mengatakan bahwa target ini sudah tercapai akan tetapi Cititrans memiliki harapan agar terjadi peningkatan jumlah konsumen yang menggunakan aplikasi Cititrans Booking hingga pada akhirnya seluruh konsumen mau menggunakan aplikasi Cititrans Booking dalam melakukan pemesanan. Harapan ini juga diperkuat oleh dua hal, pertama dari segi biaya yang harus dikeluarkan Cititrans yang jumlahnya lebih kecil dibandingkan biaya untuk metode lainnya (*website* dan *call centre*) dan yang kedua adalah keunggulan aplikasi Cititrans Booking untuk melakukan pendataan data konsumen.

Adopsi dan difusi teknologi berperan penting dalam membuat semua konsumen mau menggunakan aplikasi Cititrans Booking maka harus melalui tahap adopsi dan difusi teknologi. Adopsi teknologi adalah proses dari

mengetahui adanya suatu teknologi hingga akhirnya menggunakan teknologi tersebut yang selalu diawali dengan adanya penerimaan teknologi (Ibrahim, 2003) ; penerimaan teknologi ini merupakan niat seseorang terhadap teknologi yang dipengaruhi berbagai macam hal (Renaud & Biljon, 2008). Sementara itu, difusi teknologi adalah suatu proses teknologi berkembang menjadi teknologi yang umum digunakan oleh masyarakat (Rogers, 1983). Dengan kata lain, penerimaan teknologi ini menjadi faktor krusial untuk membuat semua konsumen mau menggunakan aplikasi Cititrans Booking karena penerimaan teknologi menjadi tahap awal sebelum memasuki tahap adopsi dan difusi teknologi. Penerimaan teknologi ini tentunya berkaitan erat dengan niat seseorang dalam menggunakan teknologi. Niat seseorang ini dapat dipengaruhi oleh berbagai macam hal dan hal inilah yang harus ditelusuri lebih lanjut.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian terkait peningkatan penggunaan aplikasi Cititrans Booking perlu untuk diteliti. Penelitian ini dilakukan agar dapat mengetahui hal apa saja yang memengaruhi niat konsumen dalam menggunakan aplikasi Cititrans Booking. Dengan mengetahui hal-hal tersebut, diharapkan Cititrans dapat melakukan langkah-langkah yang efektif dalam upayanya meningkatkan jumlah pengguna aplikasi Cititrans Booking.

I.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

Berbagai upaya telah dilakukan Cititrans dalam rangka meningkatkan jumlah pengguna aplikasi Cititrans Booking. Cititrans melakukan upaya-upaya tersebut melalui berbagai media yang dimiliki Cititrans. Upaya yang telah dilakukan Cititrans dalam rangka meningkatkan jumlah pengguna aplikasi Cititrans Booking adalah melakukan promosi dengan tujuan mengajak konsumen untuk menggunakan aplikasi Cititrans Booking. Upaya promosi ini dilakukan melalui *media social*, stiker yang ditempelkan di mobil, dan juga via *website* Cititrans.

Upaya-upaya yang telah dilakukan Cititrans dalam mempromosikan aplikasi Cititrans Booking belum mampu mengajak seluruh konsumen beralih ke Cititrans Booking. Hal ini didukung melalui hasil survei kepada 30 konsumen Cititrans. Dari 30 orang tersebut, diketahui terdapat 24 orang yang telah mengetahui adanya aplikasi Cititrans Booking. Berdasarkan hasil survei kepada 24 orang konsumen tersebut, 38% responden menyatakan tidak menggunakan

aplikasi Cititrans Booking dalam melakukan pemesanan. Ini membuktikan bahwa upaya yang telah dilakukan Cititrans belum mampu sepenuhnya mengajak konsumen beralih ke aplikasi Cititrans Booking dalam melakukan pemesanan.

Inovasi yang ditawarkan Cititrans melalui aplikasi Cititrans Booking tentunya menghadapi berbagai macam tantangan, salah satunya adalah bagaimana caranya agar konsumen Cititrans tertarik menggunakan aplikasi Cititrans Booking. Berdasarkan hasil wawancara dengan Manajer Pemasaran dan Penjualan Cititrans, dikatakan bahwa Cititrans menyadari sulitnya membuat seluruh konsumen Cititrans berniat menggunakan aplikasi Cititrans Booking dalam melakukan pemesanan. Oleh karena itu, diperlukan langkah-langkah yang secara efektif mampu meningkatkan jumlah pengguna aplikasi Cititrans Booking.

Salah satu cara menemukan langkah yang efektif adalah dengan melakukan penelusuran mengenai hal apa saja yang membuat konsumen berniat mengadopsi suatu teknologi (dalam hal ini aplikasi Cititrans Booking). Berbagai macam hal dapat memengaruhi niat konsumen untuk mengadopsi suatu teknologi, hal ini didukung melalui hasil survei yang telah dilakukan pada 24 orang pengguna Cititrans yang telah mengetahui adanya aplikasi, ditemukan bahwa terdapat sembilan orang pengguna Cititrans yang telah mengetahui adanya aplikasi Cititrans Booking namun tidak menggunakannya dalam melakukan pemesanan. Berdasarkan hasil survei, 45% responden menyatakan *call centre* lebih meyakinkan dalam melakukan pemesanan, 33% menyatakan malas untuk mengunduh aplikasi, dan sisanya menyatakan intensitas melakukan perjalanan rendah menjadi alasan mereka tidak menggunakan aplikasi Cititrans Booking. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat berbagai macam hal yang memengaruhi niat seseorang dalam menggunakan aplikasi Cititrans Booking. Dengan mengetahui hal-hal yang memengaruhi niat konsumen dalam menggunakan aplikasi Cititrans Booking maka Cititrans dapat melakukan langkah-langkah yang efektif untuk meningkatkan jumlah pengguna aplikasi Cititrans Booking.

Berbagai model dan teori terkait pengadopsian sebuah teknologi telah dikembangkan melalui berbagai penelitian sebelumnya, salah satunya adalah model yang dibuat oleh Moore & Benbasat (1991), yakni *Perceived Characteristics Innovating* (PCI). Model PCI ini adalah pengembangan dari *characteristics of innovation* yang dibuat oleh Rogers (1983). Keunggulan PCI

dibandingkan dengan *characteristics on innovation* milik Rogers (1983) adalah penggunaan *perception* dibandingkan variabel primer. PCI berfokus pada atribut sekunder, yakni tanggapan atau pandangan terhadap variabel primer; hal ini dilakukan karena niat seseorang untuk menggunakan teknologi dipengaruhi oleh bagaimana cara mereka menanggapi variabel primer tersebut (Moore & Benbasat, 1991). Moore dan Benbasat (1991) memberikan contoh jika variabel primer adalah harga maka variabel sekundernya adalah tanggapan atau pandangan mengenai harga. Pengguna tentunya akan memiliki pandangan yang berbeda terhadap harga tergantung dengan daya beli mereka sehingga dengan kata lain harga bukanlah variabel yang memengaruhi melainkan tanggapan atau pandangan pengguna terhadap harga tersebut.

Model PCI ini memiliki delapan variabel, yakni *relative advantage*, *compatibility*, *ease of use*, *result demonstrability*, *image*, *visibility*, *trialability*, dan *voluntariness of use*. *Relative advantage* adalah sejauh mana teknologi menguntungkan dibandingkan teknologi sebelumnya. *Compatibility* adalah tingkat kecocokan inovasi dengan kebutuhan pengadopsi. *Ease of use* tingkat kemudahan penggunaan teknologi. *Result demonstrability* adalah tingkatan suatu hasil dari inovasi yang dapat terlihat secara nyata. *Image* adalah tingkatan suatu inovasi untuk mampu meningkatkan citra atau status pengguna inovasi. *Visibility* adalah tingkatan penggunaan suatu inovasi dapat dilihat oleh pengguna potensial. *Trialability* tingkatan suatu inovasi dapat digunakan sebelum diadopsi secara langsung. *Voluntariness of use* adalah tingkat kerelaan pengadopsi dalam menggunakan inovasi. Pada penelitian ini, variabel *trialability* tidak masuk ke dalam model karena tidak adanya tahapan untuk melakukan uji coba teknologi. Seluruh variabel bebas ini secara langsung memengaruhi *behavioral intention*. Hal ini dilakukan mengikuti model asli PCI yang memiliki variabel terikat *behavioral intention*.

Seiring dengan berkembangnya sosial media membuat pengaruh sosial menjadi hal penting yang dapat memengaruhi perilaku seseorang. Hal ini dapat terjadi karena adanya interaksi yang lebih intens antara pengguna media sosial (Fotis, Buhalis, & Rossides, 2012). Hasil beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya (Ghane, Samah, Ahmad, & Idris, 2011; Talukder & Quazi, 2011) juga menunjukkan adanya pengaruh variabel *social influence* terhadap *behavioral intention*. Ini menunjukkan bahwa variabel *social influence* adalah

salah satu variabel yang dapat memengaruhi *behavioral intention*. Meskipun begitu, variabel *social influence* ini tidak dapat diakomodasi oleh model PCI. Oleh karena itu, model penelitian yang digunakan adalah model PCI dengan menambahkan variabel *social influence*.

Sebagai upaya meningkatkan penggunaan aplikasi Cititrans Booking perlu dilakukan penelitian mengenai variabel bebas manakah yang memengaruhi konsumen dalam menggunakan aplikasi. Setelah mengetahui variabel bebas apa saja yang memengaruhi niat konsumen dalam menggunakan aplikasi maka solusi yang diberikan kepada Cititrans nantinya akan menjadi lebih terarah dan tepat sasaran. Berdasarkan uraian di atas, dilakukan perumusan masalah untuk penelitian adopsi teknologi aplikasi Cititrans Booking. Terdapat dua rumusan masalah yang akan dijawab pada penelitian ini. Berikut ini adalah rumusan masalah penelitian adopsi teknologi aplikasi Cititrans Booking.

1. Apa saja variabel bebas yang secara signifikan memengaruhi niat konsumen dalam penggunaan aplikasi Cititrans Booking?
2. Apa saja usulan yang direkomendasikan kepada Cititrans untuk dapat meningkatkan penggunaan Cititrans Booking?

I.3. Pembatasan Masalah

Dalam melakukan penelitian tentunya akan lebih baik jika masalah yang diteliti tidak terlalu luas. Penelitian yang dilakukan juga tidak dapat selalu ideal disebabkan adanya keterbatasan waktu dan hal-hal lain. Pada penelitian ini dilakukan pembatasan hingga tahap merumuskan usulan untuk Cititrans karena untuk melakukan implementasi usulan harus memiliki persetujuan dari Cititrans.

I.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu. Ada dua tujuan utama yang ingin dicapai dengan melakukan penelitian ini. Berikut merupakan dua tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini.

1. Mengetahui variabel bebas yang secara signifikan memengaruhi niat konsumen dalam menggunakan aplikasi Cititrans Booking.
2. Merekomendasikan usulan-usulan untuk dapat meningkatkan penggunaan aplikasi Cititrans Booking.

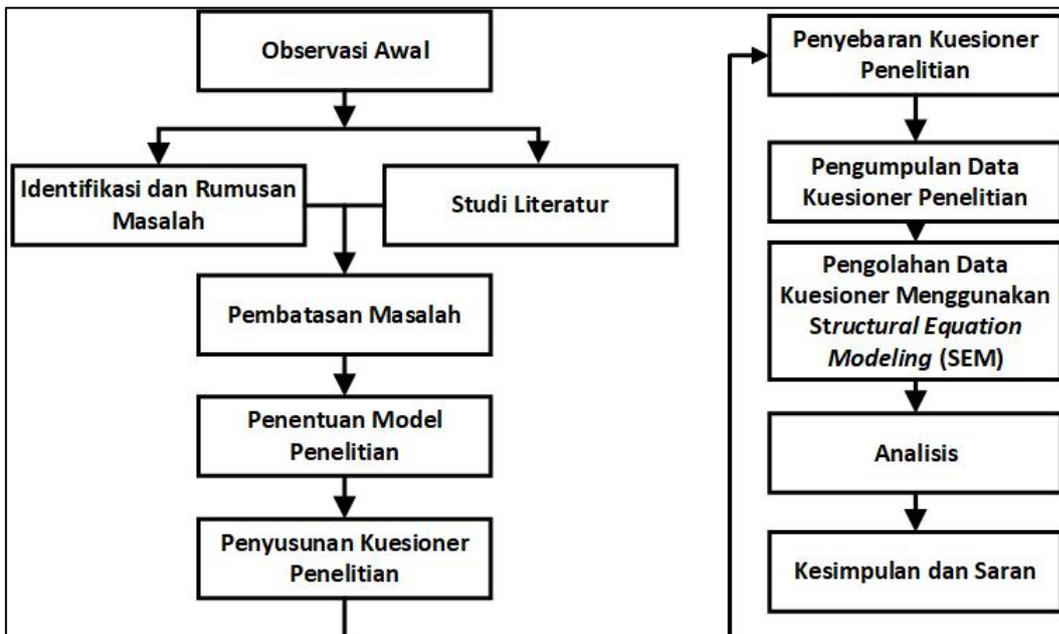
I.5. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan mempunyai beberapa manfaat bagi Cititrans, penulis dan pembaca. Terdapat lima manfaat yang didapatkan dari dilakukannya penelitian. Berikut adalah manfaat dari penelitian ini.

1. Cititrans dapat mengetahui variabel yang secara signifikan memengaruhi niat konsumen dalam penggunaan aplikasi Cititrans Booking.
2. Cititrans mendapatkan usulan untuk menanggapi variabel bebas yang secara signifikan memengaruhi niat konsumen dalam penggunaan aplikasi Cititrans Booking sehingga penggunaan aplikasi Cititrans Booking dapat meningkat.
3. Penerapan usulan dapat meningkatkan jumlah konsumen yang menggunakan Cititrans Booking.
4. Bermanfaat sebagai dasar penelitian adopsi teknologi selanjutnya.
5. Pembaca dapat menjadikan penelitian sebagai sumber wawasan dan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya.

I.6 Metodologi Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan melalui beberapa tahap yang dirumuskan ke dalam metodologi penelitian. Hal ini dilakukan agar penelitian menjadi lebih terstruktur, urut, jelas, dan mudah dipahami dari langkah awal hingga mencapai langkah terakhir. Struktur metodologi penelitian yang telah dibuat dapat dilihat pada Gambar I.1.



Gambar I.1 Metodologi Penelitian

Berikut ini dijelaskan mengenai langkah-langkah yang dilakukan di dalam penelitian :

1. **Observasi Awal**
Pengamatan awal mengenai fenomena-fenomena yang sedang terjadi di masyarakat. Hal ini dilakukan agar mengetahui hal apa saja yang sedang marak digunakan masyarakat seiring dengan perkembangan teknologi yang pesat. Mengolah fenomena tersebut untuk kemudian diteliti lebih lanjut hingga menjadi lebih spesifik.
2. **Identifikasi dan Rumusan Masalah**
Pencarian akar masalah dari fenomena yang terjadi. Dilakukan dengan cara melakukan wawancara kepada Manager Pemasaran dan Penjualan Cititrans dan survei kepada para pengguna Cititrans. Kemudian, dilakukan perumusan masalah mengenai fenomena yang ada dalam upaya mencari akar permasalahan.
3. **Studi Literatur**
Penelitian ini dilakukan dengan berdasarkan pada penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Studi literatur menjadi penting untuk dilakukan agar penelitian tetap sesuai dan sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.
4. **Pembatasan Masalah**

Pembatasan masalah diperlukan dalam penelitian ini. Pembatasan masalah digunakan agar masalah yang dibahas tidak terlalu luas. Hal ini dilakukan dengan tujuan penyelesaian masalah menjadi tepat sasaran.

5. Penentuan Model Penelitian

Penentuan model penelitian dilakukan dengan melakukan studi literatur terhadap penelitian sejenis. Penentuan model ini berperan penting terhadap penelitian yang dilakukan. Hal ini menjadi penting karena variabel yang diuji adalah variabel yang ada di model penelitian.

6. Penyusunan Kuesioner Penelitian

Penyusunan kuesioner dilakukan dengan menentukan definisi dan variabel indikator dari masing variabel laten. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan studi literatur. Selanjutnya, dilakukan *pre-test* dan perbaikan lebih lanjut terhadap kuesioner agar menjadi lebih mudah dipahami dan dikerjakan.

7. Penyebaran Kuesioner Penelitian

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen-konsumen yang sudah pernah menggunakan aplikasi Cititrans Booking. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan dua cara, yakni menyebarkan langsung di *pool* Cititrans dan melalui media sosial. Hasil pengumpulan data ini diolah lebih lanjut di tahap selanjutnya.

8. Pengumpulan Data Kuesioner Penelitian

Selelah melakukan pengumpulan data, hasil kuesioner yang didapat selanjutnya diolah lebih lanjut. Pengolahan dilakukan dengan menseleksi kuesioner berpola *straight lining* dan yang dikerjakan dengan tidak konsisten. Setelah itu, dilakukan pengujian *outlier* dan bila ditemukan adanya data *outlier* maka data tersebut dibuang.

9. Pengolahan Data Menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM)

Selanjutnya, dilakukan pengolahan data statistik dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM). Pada penelitian ini metode SEM yang digunakan adalah PLS-SEM. Pengolahan ini dilakukan dengan melakukan pengujian model pengukuran dan model struktural.

10. Analisis

Setelah melakukan pengolahan data, maka data yang telah diolah tersebut dianalisis. Analisis dilakukan dengan tujuan mengetahui usulan-

usulan yang akan diberikan. Hasil analisis ini digunakan sebagai dasar untuk menarik kesimpulan.

11. Kesimpulan dan Saran

Menarik kesimpulan dari keseluruhan proses penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan didapatkan dari hasil analisis yang telah dilakukan. Pemberian saran juga dilakukan guna menjawab tujuan penelitian ini dan membantu Cititrans menanggapi hasil penelitian.

I.7 Sistematika Penulisan

Sub bab ini menjelaskan mengenai sistematika penulisan yang diterapkan dalam pembuatan karya tulis. Dengan adanya sistematika penulisan ini diharapkan mampu memberikan gambaran mengenai isi dari karya tulis ini. Berikut ini adalah urutan sistematika yang diterapkan dalam penelitian.

1. Bab I Pendahuluan

Bab I berisikan latar belakang dilakukannya penelitian dan proses identifikasi masalah yang ada. Selanjutnya, bab ini akan menjabarkan pembatasan masalah dan asumsi yang digunakan dalam karya tulis ini. Tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian yang digunakan pada karya tulis ini juga akan dibahas pada bab ini.

2. Bab II Tinjauan Pustaka

Bab II berisikan dasar teori yang digunakan sebagai dasar dalam melakukan penentuan model penelitian dan pengolahan data yang dilakukan. Seluruh teori yang ada pada bab ini diambil dari literatur yang sudah ada sebelumnya. Hal ini dilakukan agar pembuatan karya tulis ini sesuai dengan teori-teori yang ada pada literatur sebelumnya.

3. Bab III Penentuan Model, Pengumpulan dan Pengolahan Data

Bab III berisikan penjelasan mengenai seluruh proses yang dilakukan dalam penelitian. Penjelasan ini akan dilakukan secara sistematis dari proses paling awal hingga proses terakhir. Proses ini dimulai dari pemilihan variabel penelitian hingga pengolahan data menggunakan *software*.

4. Bab IV Analisis

Bab IV berisikan analisis hasil pengolahan data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya. Analisis ini dilakukan untuk mengetahui arti dari hasil pengolahan data yang telah dilakukan. Hasil analisis ini nantinya akan dijadikan alat bantu untuk menarik kesimpulan dan memberikan saran yang tepat bagi perusahaan.

5. Bab V Kesimpulan dan Saran

Bab V berisikan kesimpulan dan saran yang didapat setelah melakukan penelitian ini. Kesimpulan akan menjawab seluruh pertanyaan yang ada di rumusan masalah. Sementara itu, saran yang diberikan diharapkan mampu berguna bagi perusahaan.