

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi komunikasi yang semakin maju membuat para pebisnis melakukan inovasi dalam menawarkan produk maupun jasa. Salah satunya adalah berkembangnya teknologi yang memanfaatkan koneksi internet sebagai media transaksi dan komunikasi. Dengan adanya internet sebagai media transaksi, komunikasi lebih cepat diterima oleh pengguna. Teknologi informasi di dalam suatu bisnis yang berkembang dengan bantuan internet disebut sebagai *E-Commerce*.

Di Indonesia sendiri telah banyak berkembang perusahaan yang memanfaatkan *E-Commerce* sebagai media transaksi dan komunikasi, salah satunya adalah bisnis yang bergerak dalam *Online Travel Agent (OTA)*. Berdasarkan banyaknya *Online Travel Agent (OTA)* yang ada di Indonesia, Traveloka merupakan aplikasi yang paling sering digunakan untuk mereservasi tiket secara *online* dibandingkan dengan aplikasi sejenis lainnya, hal ini dapat diketahui berdasarkan survey yang telah dilakukan oleh *Daily Social^{id}* pada Februari 2018 [1]. Aplikasi *mobile* Traveloka telah diunduh lebih dari 30 juta kali, dan menjadikannya aplikasi *mobile* paling populer di Asia Tenggara [2]. Seiring banyaknya pengguna yang mengakses maupun menggunakan Traveloka sebagai sarana untuk mereservasi tiket secara *online* maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Keperilakuan perilaku penggunaan aplikasi Traveloka khususnya pengguna dikota Medan.

Penelitian ini menggunakan model penelitian UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Used of Technology*), yakni sebuah model berbasis teori yang dikembangkan oleh Venkatesh, dkk, pada tahun 2003 yang menggambarkan faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan individu terhadap TI. Terdapat empat konstruk utama yang memainkan peran penting sebagai determinan langsung dari *Behavioral Intention* dan *Use Behavior* yaitu, *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, dan *Facilitating Conditions*. Disamping itu terdapat pula empat moderator: *Gender*, *Age*, *Voluntariness*, dan *Experience* yang diposisikan untuk memoderasi dampak dari empat konstruk utama pada *Behavioral Intention* dan *Use Behavior* [3].

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Ruth Madigan, dkk pada tahun 2016 menunjukkan hasil bahwa variabel Ekspektansi Kinerja (*Performance Expectancy*), Ekspektansi Usaha (*Effort Expectancy*) dan Pengaruh Sosial (*Social Influence*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Keperilakuan (*Behavior Intention*) untuk menggunakan ARTS. Pengaruh Sosial (*Social Influence*) terhadap Minat Keperilakuan (*Behavior Intention*) [4].

Lalu penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Andre Mentaya, M.J.Dewiyani Sunarto, Sri Hariani Eko Wulandari pada tahun 2015 menunjukkan hasil bahwa Ekspektansi Kinerja (*Performance Expectancy*), Ekspektansi Usaha (*Effort Expectancy*), Pengaruh Sosial (*Social Influence*) dan Kondisi-kondisi Pemfasilitasi (*Facilitating Conditions*) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku Perilaku Penggunaan (*Use Behavior*) melalui Minat Keperilakuan (*Behavior Intention*) [5].

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk membuktikan hasil penelitian dengan menggunakan model UTAUT dan menggunakan 4 moderasi, yaitu: Umur (*Age*), Jenis Kelamin (*Gender*), Pengalaman (*Experience*), dan Kesukarelaan penggunaan (*Voluntariness of Use*) dengan melakukan penelitian kembali dengan judul **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Keperilakuan dan Perilaku Penggunaan Aplikasi Traveloka di Kota Medan Menggunakan Model UTAUT”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan di atas, maka permasalahan pokok dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah Ekspektansi Kinerja (*Performance Expectancy*) dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Keperilakuan (*Behavior Intention*) dalam penggunaan Traveloka?
2. Ekspektansi Usaha (*Effort Expectancy*) dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Keperilakuan (*Behavior Intention*) dalam penggunaan Traveloka?

3. Pengaruh Sosial (*Social Influence*) dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Keperilakuan (*Behavior Intention*) dalam penggunaan Traveloka?
4. Apakah Jenis Kelamin dan Umur (*Gender, Age*) dapat memoderasi hubungan antara Ekspektansi Kinerja (*Performance Expectancy*) terhadap Minat Keperilakuan (*Behavior Intention*) dalam penggunaan Traveloka?
5. Apakah Jenis Kelamin, Umur dan Pengalaman (*Gender, Age, Experience*) dapat memoderasi hubungan antara Ekspektansi Usaha (*Effort Expectancy*) terhadap Minat Keperilakuan (*Behavior Intention*) dalam penggunaan Traveloka?
6. Apakah Jenis Kelamin, Umur, Pengalaman, Kesukarelaan penggunaan (*Gender, Age, Experience, dan Voluntariness of Use*) dapat memoderasi hubungan antara Pengaruh Sosial (*Social Influence*) terhadap Minat Keperilakuan (*Behavior Intention*) dalam penggunaan Traveloka?
7. Apakah Kondisi-kondisi Memfasilitasi (*Facilitating Conditions*) dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Penggunaan (*Use Behavior*) dalam penggunaan Traveloka?
8. Apakah Umur dan Pengalaman (*Age, Experience*) dapat memoderasi hubungan Kondisi-kondisi Memfasilitasi (*Facilitating Conditions*) terhadap Perilaku Penggunaan (*Use Behavior*) Traveloka?
9. Apakah Minat Keperilakuan (*Behavior Intention*) dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Penggunaan (*Use Behavior*) dalam penggunaan Traveloka?

1.3 Ruang Lingkup

Berdasarkan dari latar belakang masalah dan rumusan masalah diatas peneliti memfokuskan pada:

1. Penelitian ini mengukur Minat Keperilakuan dan perilaku penggunaan aplikasi Traveloka menggunakan UTAUT.
2. Variabel bebas (*independen*): Ekspektansi Kinerja (*Performance Expectancy*), Ekspektansi Usaha (*Effort Expectancy*), Pengaruh Sosial (*Social Influence*), dan Kondisi-kondisi Pemfasilitasi (*Facilitating Conditions*).

3. Variabel moderasi (*moderator*): Umur (*Age*), Jenis Kelamin (*Gender*), Pengalaman (*Experience*), dan Kesukarelaan Pengguna (*Voluntariness of Use*).
4. Variabel terikat (*dependent*): Minat Keperilakuan (*Behavior Intention*) dan Perilaku Penggunaan (*Use Behavior*).
5. Penelitian ini ditujukan kepada pengguna aplikasi Traveloka dikota Medan.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah dikemukakan pada rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh Ekspektansi Kinerja (*Performance Expectancy*), Ekspektansi Usaha (*Effort Expectancy*), Pengaruh Sosial (*Social Influence*) terhadap Minat Keperilakuan (*Behavior Intention*) dalam penggunaan Traveloka.
2. Untuk menganalisis dan mengetahui Jenis Kelamin dan Umur (*Gender, Age*) dapat memoderasi hubungan antara Ekspektansi Kinerja (*Performance Expectancy*) terhadap Minat Keperilakuan (*Behavior Intention*) dalam penggunaan Traveloka
3. Untuk menganalisis dan mengetahui Jenis Kelamin, Umur dan Pengalaman (*Gender, Age, Experience*) dapat memoderasi hubungan antara Ekspektansi Usaha (*Effort Expectancy*) terhadap Minat Keperilakuan (*Behavior Intention*) dalam penggunaan Traveloka
4. Untuk menganalisis dan mengetahui Jenis Kelamin, Umur, Pengalaman dan Kesukarelaan penggunaan (*Gender, Age, Experience, Voluntariness of Use*) dapat memoderasi hubungan antara Pengaruh Sosial (*Social Influence*) terhadap Minat Keperilakuan (*Behavior Intention*) dalam penggunaan Traveloka.
5. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh Kondisi-kondisi Memfasilitasi (*Facilitating Conditions*) terhadap Perilaku Penggunaan (*Use Behavior*) dalam penggunaan Traveloka.
6. Untuk menganalisis dan mengetahui Umur dan Pengalaman (*Age, Experience*) dapat memoderasi hubungan Kondisi-kondisi Memfasilitasi (*Facilitating Conditions*) terhadap Perilaku Penggunaan (*Use Behavior*) Traveloka.

7. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh Minat Keperilakuan (*Behavior Intention*) terhadap Perilaku Penggunaan (*Use Behavior*) dalam penggunaan Traveloka.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat dari segi praktis

Penelitian ini dapat memberikan informasi kepada Perusahaan Traveloka untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen atau pengguna dalam memilih Traveloka sebagai jasa *Online Travel Agent* yang digunakan, sehingga Perusahaan Traveloka dapat meningkatkan kualitas pelayanannya.

2. Manfaat dari segi teoritis

Bagi ilmu pengetahuan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan baru dan dapat memperkaya hasil-hasil penelitian yang menguji ulang model UTAUT.

UNIVERSITAS
MIKROSKIL