

**Pengaruh Faktor Intrinsik dan Ekstrinsik terhadap *Usage Intention* melalui Peran *Customer Satisfaction* pada Layanan Ponsel di Surabaya**

**Ari Gunawan**

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Surabaya  
nicholaz\_arie@yahoo.com

**Intisari**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Image*, *Perceived Cost* dan *Perceived Enjoyment* pada *Customer Satisfaction* dan *Usage Intention* dalam menggunakan layanan ponsel (*mobile services*). Model dan variabel dalam penelitian ini menggunakan 3 perspektif teori yaitu *Technology Acceptance Model*, *Domestication Research* dan *Uses & Gratification Research*. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kausal dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan *purposive sampling*, dimana sampel berupa responden yang memiliki pengalaman menggunakan layanan ponsel. Responden dalam penelitian ini berjumlah 179 orang. Analisis dalam penelitian ini dengan menggunakan model SEM (*Structural Equation Modeling*) dan diolah menggunakan *software* SPSS versi 18.0 *for Windows* serta Amos 16 untuk pengujian Model *Measurement* dan *Structural*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Enjoyment* memiliki pengaruh positif dan signifikan pada *Customer Satisfaction*. *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived Usefulness* dan *Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan pada *Usage Intention*. Sedangkan pengaruh *Perceived Image* dan *Perceived Cost* terhadap *Customer Satisfaction* tidak signifikan atau dapat dikatakan tidak memiliki makna.

Kata kunci : *Technology Acceptance Model*, *Domestication Research*,  
*Uses & Gratification Research*, *Consumer Behavior*, *Mobile Services*.

**Abstract**

*This study aimed to test the influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Image, Perceived Cost and Perceived Enjoyment on Customer Satisfaction and Usage Intention in using mobile services. The model*

*and variables in this study used three theories perspectives, consists of Technology Acceptance Model, Domestication Research and Uses & Gratification Research. This type of research is causal research with quantitative approach. This study used purposive sampling approach, which the sample consists of respondents who had experience of using mobile services. Respondents in this study amounted to 179 people. The analysis in this study used a model of SEM (Structural Equation Modeling) and processed by using SPSS software version 18.0 for Windows and Amos 16 to test the Measurement and Structural Model. The result indicates that the Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Perceived Enjoyment have a positive and significant impact on Customer Satisfaction. Perceived Ease of Use has a positive and significant effect on Perceived Usefulness and Perceived Usefulness has a positive and significant impact on the Usage Intention. While the influence of Perceived Image and Perceived Cost towards Customer Satisfaction is insignificant or can be said to have no meaning.*

*Keywords: Technology Acceptance Model, Domestication Research, Uses & Gratification Research, Consumer Behavior, Mobile Services.*

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi yang sangat pesat saat ini semakin memudahkan orang dalam menyelesaikan pekerjaan mereka. Teknologi yang mengalami perkembangan paling pesat adalah teknologi informasi dan komunikasi. Perkembangan ini terlihat dengan munculnya teknologi internet sebagai bentuk layanan komunikasi. (<http://teknologi.kompasiana.com>). Internet (*Interconnection network*) adalah sistem global dari seluruh jaringan komputer yang saling terhubung (<http://www.termasmedia.com>).

Tren penggunaan internet via *mobile* saat ini mengalami pertumbuhan pesat. Berdasarkan survei terbaru Baidu Indonesia mengungkapkan bahwa 59,9 persen pengguna internet lebih banyak menggunakan ponsel pintar atau *smartphone* sebagai sarana akses internet dalam enam bulan terakhir 2014. Angka tersebut lebih besar dibanding pengakses internet dari PC laptop dan PC *desktop*,

yang masing-masing hanya meraih angka 41,4 persen dan 33,5 persen (<http://id.techinasia.com>).

Penggunaan ponsel terutama *smartphone* saat ini tidak terlepas dari koneksi internet. Aplikasi-aplikasi/ fitur yang diakses melalui *smartphone* dan penggunaannya harus terhubung ke koneksi internet inilah yang disebut sebagai layanan ponsel (*mobile services*). Dalam penelitian Revels et al. (2010), definisi *mobile services* atau *m-services* yang digunakan diambil dari Benou dan Bitos (2008), yaitu *any application service accessible from mobile phones via wireless and mobile communication networks*. Artinya, layanan ponsel adalah seluruh layanan aplikasi yang dapat diakses dari ponsel melalui jaringan nirkabel dan jaringan komunikasi. Dengan kata lain, layanan ponsel merupakan aplikasi layanan berbasis ponsel yang penggunaannya harus terhubung dengan internet/*wireless*. Layanan ponsel meliputi beberapa aplikasi, yaitu aplikasi yang memungkinkan pengguna mencari kesenangan (misalnya *download ringtone*), melakukan transaksi finansial (misalnya *mobile-banking*), atau bahkan mencari informasi (membaca berita, membuka peta), dan sebagainya.

## **METODE PENELITIAN**

Jika ditinjau dari tujuannya, penelitian ini termasuk dalam *basic research* karena tidak bertujuan untuk mendapatkan solusi terhadap suatu permasalahan tertentu dari sebuah perusahaan, akan tetapi digunakan untuk mengembangkan dan memperluas batasan dari ilmu pengetahuan secara umum dan memverifikasi teori atau mengetahui lebih lanjut mengenai konsep yang digunakan dalam penelitian (Jogiyanto., 2011: 7).

Jenis dari penelitian ini adalah kausal, yaitu bertujuan untuk mencari tahu pola hubungan sebab-akibat dari hubungan variabel (Zikmund, 2009: 16). Variabel yang diteliti dalam penelitian ini meliputi *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived*, *perceived enjoyment*, *perceived cost*, *perceived image*, *customer satisfaction* dan *usage intention*.

Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif karena tergabung dalam pengukuran secara numerik dan menggunakan pendekatan analisis. Penelitian ini membutuhkan jumlah responden yang banyak namun tidak terlalu membutuhkan

interpretasi (Zikmund, 2009: 134-135). Dalam penelitian ini, variabel eksogen (*exogenous variable*) ada 5 (lima) yaitu *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived*, *perceived enjoyment*, *perceived cost* dan *perceived image* dari layanan ponsel. Sedangkan variabel endogen (*endogenous variable*) dalam penelitian ini terdapat 3 (tiga) yaitu *customer satisfaction*, *usage intention* dan *perceived usefulness* yang dipengaruhi oleh 5 variabel sebelumnya. Variabel *perceived usefulness* juga termasuk dalam variabel endogen karena dipengaruhi langsung oleh variabel *perceived ease of use*. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan teknik survei melalui pengumpulan data menggunakan kuesioner secara *online* melalui fitur *google document* pada situs [docs.google.com](https://docs.google.com).

Sumber data yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini adalah data primer. Data primer didapat dengan menyusun kuesioner sesuai dengan jurnal acuan. Langkah selanjutnya yaitu memulai aktivitas survei dengan mencari responden dan menyebarkan kuesioner yang terstruktur dan mudah dipahami kepada orang-orang yang menggunakan layanan ponsel di Surabaya.

Aras dan skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan aras interval yaitu aras pengukuran yang memiliki jarak yang sama dan selisih yang jelas pada skala. Alternatif jawaban pada aras interval disusun skala pengukuran *numerical scale* yang ditujukan untuk membuat responden memberikan penilaian pada pernyataan yang akan diukur dalam 7 skala jenjang, seperti berikut:

Sangat Tidak Setuju    1   2   3   4   5   6   7    Sangat Setuju

Target populasi penelitian ini adalah orang-orang yang memiliki pengalaman dan masih menggunakan layanan ponsel. Layanan ponsel adalah seluruh layanan aplikasi yang dapat diakses dari ponsel melalui jaringan nirkabel dan jaringan komunikasi (Revels *et al.*, 2010). Karakteristik responden adalah yang memiliki pengalaman dan masih menggunakan layanan ponsel dan berdomisili di Surabaya. Target populasi tersebut ditetapkan karena peneliti berdomisili di Surabaya, dan dengan pertimbangan agar responden dapat mengerti terkait obyek penelitian dan memahami kuesioner dengan baik, sehingga peneliti akan mendapatkan jawaban yang lebih terpercaya dan akurat.

Teknik pengambilan sampel dibagi menjadi dua, yaitu *probability* dan *non-probability sampling*. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*, yaitu sebuah teknik pengambilan sampel dimana *unit* sampel dipilih atas dasar penilaian pribadi atau kenyamanan dan probabilitas dari setiap anggota tertentu dari populasi yang dipilih tidak diketahui atau dikenali (Zikmund, 2009: 391). Jenis *non-probability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*. Menurut Zikmund (2009: 392) *purposive sampling* adalah sebuah teknik *non-probability* sampel yang didasarkan dari sebuah pengalaman individu dalam memilih sampel dari penilaian melalui beberapa karakteristik yang tepat yang dibutuhkan di dalam sebuah anggota sampel. Menurut Cozby (2009: 229) *purposive sampling* digunakan dengan tujuan untuk memperoleh sampel orang yang memenuhi kriteria yang sudah ditentukan sebelumnya. Teknik estimasi sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah minimal 150. Hal ini dilakukan berdasarkan penetapan sampel oleh Hair *et al.* (2010: 662).

Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan *software Analysis moment of structural* (Amos) versi 16.0 *for windows*. Menurut Ghazali (2005: 1), SEM merupakan gabungan dari metode statistik yang terpisah yaitu analisis factor serta model persamaan simultan. Menurut Hair *et al.* (2010: 634) SEM adalah model statistik yang berusaha untuk menjelaskan hubungan antara beberapa variabel. SEM tidak hanya untuk melihat hubungan antara variabel namun menggabungkan analisa *multiple* variabel untuk memperhitungkan pengukuran yang eror yang terkait pada skala tertentu. Dalam SEM mengacu pada 2 komponen dasar yaitu *structural model* dan *measurement model*. Model struktural adalah model jalur yang berhubungan variabel *independent* dengan *dependent* variabel. Dan model pengukuran adalah model pengukuran yang menentukan masing-masing variabel *construct* dan dengan penilaian validitas *construct*.

Hair *et al.* (2010: 672) menyatakan bahwa syarat jumlah *Good fit index* yang baik kurang lebih menggunakan paling tidak 3-4 indeks dari indeks *absolute* dan *incremental* agar dapat dilakukan pengujian lanjutan terhadap model penelitian. Oleh karena itu, dalam penelitian ini menggunakan 5 indeks sebagai pengukuran kelayakan adalah hal yang wajar dan tidak menyalahi syarat. Dalam

bukunya, Hair memberikan beberapa indeks kesesuaian (*absolute* dan *incremental*) yang digunakan untuk menguji model diterima atau ditolak:

1. CMIN/DF (*Normed Chi-square*)

CMIN/DF adalah perbedaan minimum, statistik chi-square ( $\chi^2$ ) dibagi dengan *degree of freedom*/ DF sehingga disebut  $\chi^2$  relatif. Pada umumnya, Nilai rasio  $\chi^2:df$  yang mendekati 3:1 atau kurang telah menunjukkan bahwa model tersebut merupakan model yang baik. Dengan kata lain, CMIN/DF yang memiliki nilai <3 menunjukkan model kecocokan yang baik/ *good fit* (Hair *et al.*, 2010: 668). Indeks CMIN/DF merupakan indeks yang paling penting dalam mengukur kesesuaian model.

2. GFI (*Goodness of Fit Index*)

GFI adalah indeks kesesuaian akan menghitung proporsi tertimbang dari varians dalam matriks kovarians sampel. GFI menghasilkan *statistic fit* yang kurang sensitif terhadap ukuran sampel. Nilai GFI berada dalam rentang 0 sampai 1 (Hair *et al.*, 2010: 667). GFI dapat diterima apabila  $GFI \geq 0,90$  (*good fit*). Nilai GFI yang semakin tinggi menunjukkan nilai yang semakin baik (*better fit*).

3. RMSEA (*Root Mean Squared Error of Approximation*)

RMSEA adalah sebuah indeks yang sering digunakan dalam pengukuran untuk mengkompensasi kecenderungan statistik Chi-Square ( $\chi^2$ ) untuk menolak sebuah model dengan jumlah sampel yang besar atau jumlah *observed variable* yang banyak. Karenanya, RMSEA dapat menunjukkan seberapa baik sebuah model dengan populasi, bukan hanya dengan sampel yang digunakan dalam estimasi. Nilai RMSEA yang semakin kecil menunjukkan bahwa model semakin baik (*better fit*). *Cut off value* pada RMSEA dapat diterima pada nilai 0,03 sampai 0,08 (Hair *et al.*, 2010: 667).

4. CFI (*Comparative Fit Index*)

CFI adalah perbaikan *fit index* dari NFI (*Normed Fit Index*). Nilai yang dapat diterima adalah yang berada antara 0 dan 1 (Hair *et al.*, 2010: 669). Nilai CFI yang baik  $\geq 0,90$ . Nilai CFI yang semakin tinggi menunjukkan nilai yang semakin baik (*better fit*).

## 5. TLI (*Tucker-Lewis Index*)

TLI yaitu perbandingan dari nilai *chi-square* bernorma untuk nol dan ditentukan model, yang untuk beberapa derajat memperhitungkan kompleksitas model. Nilai TLI berkisar antara 0 sampai 1. Nilai yang mendekati 1, dan model dengan nilai yang lebih tinggi menunjukkan lebih cocok daripada model dengan nilai yang lebih rendah. Nilai  $TLI \geq 0,9$  merupakan *good fit*; angka tidak lebih kecil dari 0,8 dan 0,9 disebut sebagai *marginal fit* (Hair *et al.*, 2010: 668).

### 1. Uji Validitas

Selain menguji kesesuaian model (*model fit*), evaluasi lain yang harus dilakukan adalah penilaian validitas dan reliabilitas pada masing-masing variabel. Validitas adalah sejauh mana sebuah pengukuran/ sekumpulan pengukuran dapat mengukur secara akurat konsep yang diteliti (Hair *et al.*, 2010: 126). Pengujian validitas dilakukan menggunakan 3 cara, agar semakin banyak cara pengujian terhadap validitas dilakukan, maka hasilnya dapat lebih teruji dengan kata lain dapat lebih terpercaya validitasnya. Uji validitas yang digunakan adalah uji *construct validity*.

Metode yang pertama untuk menguji validitas menggunakan *SPSS for windows* dengan melakukan pengujian atas item-item pada kuesioner dengan koefisien korelasi *pearson* dari setiap pernyataan dengan skor total yang diperoleh. Jika hasil korelasi *pearson* antara masing-masing pernyataan dengan skor total menghasilkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ), maka item pernyataan tersebut dinyatakan valid. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan *factor analysis*, dimana peneliti menggunakan CFA (*Confirmatory Factor Analysis*) untuk menguji valid atau tidaknya item-item dalam penelitian dengan melihat *standardize loading* dimana syaratnya harus diatas 0,5. Ketiga, Nilai *Average Variance Extracted* (AVE) yang tinggi menunjukkan bahwa indikator telah mewakili konstruk laten yang dikembangkan dengan baik. Menurut Hair *et al.* 2010: 709 nilai (*Average Variance Extracted*) yang diterima adalah  $\geq 0,50$ .

### 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah penilaian derajat konsistensi pengukuran antar indikator (*multiple measurement*) dari sebuah variabel. Pengukuran konsistensi

diukur dari tanggapan yang diberikan individu antar 2 poin (indikator) dalam waktu yang bersamaan (Hair *et al.*, 2010: 125).

Pendekatan yang digunakan untuk mengukur reliabilitas dilakukan sebanyak 2 kali dengan cara yang berbeda. Cara pertama untuk menguji reliabilitas kurang lebih kurang lebih 30 kuesioner awal yaitu dengan melihat hasil dari koefisien *cronbach's alpha* dari masing-masing konstruk. Dinyatakan reliabel jika *cronbach's alpha* memiliki nilai di atas 0,6. Penghitungan dilakukan melalui *software SPSS for windows*. Cara yang kedua untuk menguji reliabilitas yaitu dengan menghitung CR (*Construct Reliability*). Menurut Hair *et al.* 2010: 710, nilai *construct reliability* (CR) yang diterima adalah  $\geq 0,70$ .

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan *software SPSS 18.0 for windows*. Berikut merupakan hasil pengujian validitas:

**Tabel 1**  
**Hasil Uji Validitas Pernyataan Variabel *Perceived Usefulness***

No.	Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	Sig.	Ket.
1	Menggunakan layanan ponsel membantu Saya memperoleh informasi penting ketika Saya membutuhkannya	.764**	.000	Valid
2	Menggunakan layanan ponsel mempermudah hidup Saya	.867**	.000	Valid
3	Saya menggunakan layanan ponsel untuk menghabiskan waktu	.704**	.000	Valid

**Sumber:** Hasil olah data *SPSS 18.0 for Windows*.

Berdasarkan Tabel 1 diketahui bahwa semua item pernyataan pada variabel *perceived usefulness* memiliki nilai signifikan korelasi pearson kurang dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa 3 *item* pernyataan yang membentuk variabel *perceived usefulness* dinyatakan valid dan bisa digunakan untuk analisis selanjutnya.

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa semua item pernyataan pada variabel *perceived ease of use* memiliki nilai signifikan korelasi pearson kurang dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa 4 *item* pernyataan yang membentuk variabel *perceived ease of use* dinyatakan valid dan bisa digunakan untuk analisis selanjutnya.

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Validitas Pernyataan Variabel *Perceived Ease of Use***

No.	Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	Sig.	Ket.
1	Saya merasa mudah dalam mempelajari cara penggunaan layanan ponsel	.738**	.000	Valid
2	Saya merasa mudah dalam menggunakan layanan ponsel sesuai dengan keinginan	.714**	.000	Valid
3	Interaksi Saya dengan layanan ponsel mudah dimengerti	.899**	.000	Valid
4	Secara umum Saya merasa mudah dalam menggunakan layanan ponsel	.786**	.000	Valid

Sumber: Hasil olah data *SPSS 18.0 for Windows*.

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Validitas Pernyataan Variabel *Perceived Image***

No.	Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	Sig.	Ket.
1	Menggunakan layanan ponsel meningkatkan citra Saya	.828**	.000	Valid
2	Orang yang menggunakan layanan ponsel termasuk trendi	.804**	.000	Valid
3	Orang yang menggunakan layanan ponsel memiliki gengsi/ prestise yang lebih	.746**	.000	Valid
4	Orang yang menggunakan layanan ponsel dapat dianggap mengerti teknologi	.773**	.000	Valid

Sumber: Hasil olah data *SPSS 18.0 for Windows*.

Berdasarkan Tabel 3 diketahui bahwa semua item pernyataan pada variabel *perceived image* memiliki nilai signifikan korelasi pearson kurang dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa 4 *item* pernyataan yang membentuk variabel *perceived image* dinyatakan valid dan bisa digunakan untuk analisis selanjutnya.

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Validitas Pernyataan Variabel *Perceived Cost***

No.	Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	Sig.	Ket.
1	Secara keseluruhan menggunakan layanan ponsel memerlukan biaya yang mahal	.843**	.000	Valid
2	Besarnya biaya penggunaan layanan ponsel merupakan beban bagi Saya	.897**	.000	Valid
3	Tingkat biaya menggunakan layanan ponsel khusus (paket internet bulanan/ mingguan/ harian) mahal bagi Saya	.807**	.000	Valid

Sumber: Hasil olah data *SPSS 18.0 for Windows*.

Berdasarkan Tabel 4 diketahui bahwa semua item pernyataan pada variabel *perceived cost* memiliki nilai signifikan korelasi pearson kurang dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa 3 *item* pernyataan yang membentuk

variabel *perceived cost* dinyatakan valid dan bisa digunakan untuk analisis selanjutnya.

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Validitas Pernyataan Variabel *Perceived Enjoyment***

No.	Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	Sig.	Ket.
1	Saya menikmati layanan ponsel yang Saya gunakan	.911**	.000	Valid
2	Saya merasa senang dalam menggunakan layanan ponsel	.843**	.000	Valid
3	Saya merasa asyik dalam menggunakan layanan ponsel	.840**	.000	Valid
4	Saya merasa terhibur dalam menggunakan layanan ponsel	.764**	.000	Valid

**Sumber: Hasil olah data SPSS 18.0 for Windows.**

Berdasarkan Tabel 5 diketahui bahwa semua item pernyataan pada variabel *perceived enjoyment* memiliki nilai signifikan korelasi pearson kurang dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa 4 *item* pernyataan yang membentuk variabel *perceived enjoyment* dinyatakan valid dan bisa digunakan untuk analisis selanjutnya.

**Tabel 6**  
**Hasil Uji Validitas Pernyataan Variabel *Usage Intention***

No.	Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	Sig.	Ket.
1	Saya berniat untuk tetap menggunakan layanan ponsel dalam beberapa bulan ke depan	.742**	.000	Valid
2	Saya memperkirakan akan tetap menggunakan layanan ponsel dalam beberapa bulan ke depan	.873**	.000	Valid
3	Saya berencana untuk tetap menggunakan layanan ponsel dalam beberapa bulan ke depan	.820**	.000	Valid

**Sumber: Hasil olah data SPSS 18.0 for Windows.**

Berdasarkan Tabel 6 diketahui bahwa semua item pernyataan pada variabel *usage intention* memiliki nilai signifikan korelasi pearson kurang dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa 3 *item* pernyataan yang membentuk variabel *usage intention* dinyatakan valid dan bisa digunakan untuk analisis selanjutnya.

**Tabel 7**  
**Hasil Uji Validitas Pernyataan Variabel *Customer Satisfaction***

No.	Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	Sig.	Ket.
1	Saya merasa senang dengan keseluruhan pengalaman menggunakan layanan ponsel	.633**	.000	Valid
2	Saya merasa sangat gembira dengan keseluruhan pengalaman dalam menggunakan layanan ponsel	.680**	.000	Valid
3	Saya merasa tidak puas dengan keseluruhan pengalaman dalam menggunakan layanan ponsel	.845**	.000	Valid
4	Saya merasa frustrasi/ stres dengan keseluruhan pengalaman dalam menggunakan layanan ponsel	.741**	.000	Valid

Sumber: Hasil olah data *SPSS 18.0 for Windows*.

Berdasarkan Tabel 7 diketahui bahwa semua item pernyataan pada variabel *customer satisfaction* memiliki nilai signifikan korelasi pearson kurang dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa 4 item pernyataan yang membentuk variabel *customer satisfaction* dinyatakan valid dan bisa digunakan untuk analisis selanjutnya.

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *software SPSS 18.0 for windows*. Berikut merupakan hasil pengujian reliabilitas:

**Tabel 8**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

No	Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
1	<i>Perceived Usefulness</i>	.648	Reliabel
2	<i>Perceived Ease of Use</i>	.795	Reliabel
3	<i>Perceived Image</i>	.796	Reliabel
4	<i>Perceived Cost</i>	.803	Reliabel
5	<i>Perceived Enjoyment</i>	.859	Reliabel
6	<i>Usage Intention</i>	.729	Reliabel
7	<i>Customer Satisfaction</i>	.688	Reliabel

Sumber: Hasil olah data *SPSS 18.0 for Windows*.

Setelah dilakukan uji reliabilitas menggunakan *software SPSS*, seluruh variabel menunjukkan nilai *cronbach's alpha* di atas 0,6. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa sebanyak 30 responden yang diuji telah lolos uji validitas dan reliabilitas. Penelitian dapat dilanjutkan dengan menyebarkan kuesioner kepada sejumlah target sampel yang ditentukan.

## MODEL PENGUKURAN

Model pengukuran dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program Amos versi 16.0 *for windows*. Analisis model pengukuran dilakukan

dengan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) pada seluruh variabel penelitian dan indikatornya. Apabila model pengukuran memiliki nilai *Goodness-Of-Fit* yang memenuhi kriteria kecocokan, maka model pengukuran layak dianalisis lebih lanjut. Tampilan data pengukuran dan kriteria dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 9**  
**Hasil Uji Kecocokan Model *Measurement Analysis* Sebelum Pembuangan Indikator**

No	Uji Kecocokan	Kriteria Kecocokan	Hasil	Keterangan
1	CMIN/DF	$CMIN/DF \leq 3$	1,787	<i>Good fit</i>
2	GFI	$GFI \geq 0,90$	0,835	<i>Marginal fit</i>
4	RMSEA	$RMSEA \leq 0,08$	0,066	<i>Good fit</i>
5	CFI	$CFI \geq 0,90$	0,918	<i>Good fit</i>
6	TLI	$TLI \geq 0,90$	0,903	<i>Good fit</i>

**Sumber: Hasil *Running Amos 16.0 for Windows*.**

CMIN/DF adalah perbedaan minimum, statistik chi-square ( $\chi^2$ ) dibagi dengan *degree of freedom*/DF sehingga disebut  $\chi^2$  relatif. Tabel 9 menunjukkan nilai CMIN/DF yang baik dimana nilai  $CMIN/DF \leq 3$  yaitu 1,787 (*good fit*). Hasil nilai ini menunjukkan bahwa model yang diuji sudah memenuhi kriteria yang disyaratkan.

GFI adalah indeks kesesuaian akan menghitung proporsi tertimbang dari varians dalam matriks kovarians sampel. GFI menghasilkan *statistic fit* yang kurang sensitif terhadap ukuran sampel. Tabel 9 menunjukkan nilai GFI yaitu 0,835. Nilai ini berada di antara 0,8 – 0,9 sehingga termasuk *marginal fit*. Hasil nilai ini menunjukkan bahwa model yang diuji sudah memenuhi kriteria yang disyaratkan.

RMSEA adalah sebuah indeks yang sering digunakan dalam pengukuran untuk mengkompensasi kecenderungan statistik Chi-Square ( $\chi^2$ ) untuk menolak sebuah model dengan jumlah sampel yang besar atau jumlah *observed variable* yang banyak. Tabel 9 menunjukkan nilai  $RMSEA \leq 0,08$  yaitu 0,066 (*good fit*). Hasil nilai ini menunjukkan bahwa model yang diuji sudah memenuhi kriteria yang disyaratkan.

CFI adalah perbaikan *fit index* dari NFI (*Normed Fit Index*). Tabel 9 menunjukkan nilai  $CFI \geq 0,90$  yaitu 0,918 (*good fit*). Hasil nilai ini menunjukkan bahwa model yang diuji sudah memenuhi kriteria yang disyaratkan.

TLI yaitu perbandingan dari nilai *chi-square* bernorma untuk nol dan ditentukan model, yang untuk beberapa derajat memperhitungkan kompleksitas

model. Tabel 9 menunjukkan nilai  $TLI \geq 0,90$  yaitu 0,903 (*good fit*). Hasil nilai ini menunjukkan bahwa model yang diuji sudah memenuhi kriteria yang disyaratkan.

Setelah dilakukan uji kecocokan pada model pengukuran, dilakukan pemeriksaan nilai *standardized loading*. Tabel 10 menunjukkan bahwa secara keseluruhan nilai *standardized loading* sudah cukup baik yaitu di atas 0,5. Namun terdapat 2 indikator yang memiliki nilai *standardized loading* di bawah 0,5 yaitu CS3 dan CS4 dimana CS3 memiliki nilai 0,243 dan CS4 memiliki nilai 0,181. Dalam hal ini, indikator CS3 dan CS4 harus dibuang dan selanjutnya melihat nilai *standardized loading* yang baru. Jika hasilnya baik, maka dapat melakukan penelitian selanjutnya tanpa indikator CS3 dan CS4.

**Tabel 10**  
**Nilai *Standardized Loading* Sebelum Pembuangan Indikator**

Variabel	Indikator	<i>Standardized Loading</i>
PU	PU1	.803
	PU2	.747
	PU3	.572
PEOU	PEOU1	.692
	PEOU2	.734
	PEOU3	.713
	PEOU4	.553
PI	PI1	.862
	PI2	.873
	PI3	.735
	PI4	.554
PC	PC1	.683
	PC2	.864
	PC3	.834
PE	PE1	.782
	PE2	.865
	PE3	.834
	PE4	.766
UI	UI1	.809
	UI2	.917
	UI3	.917
CS	CS1	.878
	CS2	.821
	CS3	.243
	CS4	.181

Sumber: Hasil *Running Amos 16.0 for Windows*.

Setelah dilakukan pembuangan indikator yaitu CS3 dan CS4, berikutnya adalah menganalisis kembali nilai Goodness-Of-Fit untuk memenuhi kriteria kecocokan. Tampilan data uji kecocokan model pengukuran dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 11**  
**Hasil Uji Kecocokan Model *Measurement Analysis* Sesudah Pembuangan Indikator**

No	Uji Kecocokan	Kriteria Kecocokan	Hasil	Keterangan
1	CMIN/DF	$CMIN/DF \leq 3$	1,340	<i>Good fit</i>
2	GFI	$GFI \geq 0,90$	0,883	<i>Marginal fit</i>
4	RMSEA	$RMSEA \leq 0,08$	0,044	<i>Good fit</i>
5	CFI	$CFI \geq 0,90$	0,969	<i>Good fit</i>
6	TLI	$TLI \geq 0,90$	0,963	<i>Good fit</i>

**Sumber: Hasil Running Amos 16.0 for Windows.**

Tabel 11 menunjukkan hasil uji kecocokan model pengukuran sesudah pembuangan indikator. Dapat dilihat bahwa nilai CMIN/DF sesudah membuang indikator mengalami penurunan dari 1,787 menjadi 1,340. Hal ini menunjukkan bahwa nilai CMIN/DF semakin baik (*good fit*). Nilai GFI juga mengalami kenaikan dari 0,835 menjadi 0,883 sehingga hasilnya masih *marginal fit*. Selanjutnya nilai RMSEA yang sebelum membuang indikator yakni 0,066 mengalami penurunan sesudah pembuangan indikator menjadi 0,044 dan menunjukkan nilai kecocokan yang masih baik (*good fit*). Nilai CFI dan TLI sesudah pembuangan indikator juga mengalami kenaikan yakni masing-masing dari 0,918 dan 0,963 menjadi 0,969 dan 0,963. Berikut adalah hasil pemeriksaan kembali nilai *standardized loading* sesudah pembuangan indikator:

**Tabel 12**  
**Nilai *Standardized Loading* Sesudah Pembuangan Indikator**

Variabel	Indikator	<i>Standardized Loading</i>
PU	PU1	.803
	PU2	.747
	PU3	.572
PEOU	PEOU1	.691
	PEOU2	.735
	PEOU3	.714
	PEOU4	.553
PI	PI1	.862
	PI2	.873
	PI3	.735
	PI4	.554
PC	PC1	.683
	PC2	.865
	PC3	.834
PE	PE1	.783
	PE2	.865
	PE3	.822
	PE4	.764
UI	UI1	.809
	UI2	.916
	UI3	.917
CS	CS1	.892
	CS2	.817

**Sumber: Hasil Running Amos 16.0 for Windows.**

Tabel 12 menunjukkan bahwa setelah dilakukan pembuangan indikator yaitu CS3 dan CS4, nilai *standardized loading* yang dihasilkan menunjukkan hasil yang baik. Seluruh nilai *standardized loading* berada pada angka >0,5 sehingga setiap indikator dapat dinyatakan valid. Dengan demikian, penelitian dapat dilanjutkan kembali pada uji validitas dan reliabilitas model pengukuran.

### **MODEL STRUKTURAL**

Kesesuaian struktural model dengan data empiris diukur dengan indeks *Goodness-Of-Fit*. *Goodness-Of-Fit* mengindikasikan seberapa baik model yang telah ditentukan menghasilkan matriks kovarians di antara tiap indikator (Hair *et al.*, 2010: 664). Tabel berikut ini menunjukkan nilai *Goodness-Of-Fit* dalam analisis model struktural penelitian ini.

**Tabel 13**  
**Hasil Uji Kecocokan Model Struktural**

No	Uji Kecocokan	Kriteria Kecocokan	Hasil	Keterangan
1	CMIN/DF	$CMIN/DF \leq 3$	1,766	<i>Good fit</i>
2	GFI	$GFI \geq 0,90$	0,851	<i>Marginal fit</i>
3	RMSEA	$RMSEA \leq 0,08$	0,066	<i>Good fit</i>
4	CFI	$CFI \geq 0,90$	0,928	<i>Good fit</i>
5	TLI	$TLI \geq 0,90$	0,916	<i>Good fit</i>

Sumber: Hasil *Running Amos 16.0 for Windows*.

Berdasarkan Tabel 13 yang menunjukkan hasil uji kecocokan model struktural, nilai CMIN/DF telah memenuhi kriteria kecocokan dan menunjukkan hasil yang *good fit* yakni 1,766. Nilai GFI pada model struktural menunjukkan hasil *marginal fit* dengan nilai 0,851. Selanjutnya, baik nilai RMSEA, CFI dan TLI menunjukkan hasil yang baik karena telah memenuhi kriteria kecocokan. Hasil uji kecocokan menunjukkan nilai RMSEA sebesar 0,066, nilai CFI sebesar 0,928 dan nilai TLI sebesar 0,916 sehingga ketiga indeks ini memperoleh hasil *good fit*.

Dari hasil uji kecocokan yang dilakukan pada tabel 13 didapatkan hasil bahwa struktural model memiliki nilai relatif yang memenuhi *Goodness-Of-Fit*, maka penelitian dapat dilanjutkan dengan melakukan pengujian hipotesis.

Berdasarkan data hasil pengolahan AMOS 16.0 *for Windows* pada Tabel 14 menunjukkan bahwa terdapat 2 hipotesis yang tidak terdukung yaitu H6 dan H7. Hal ini dikarenakan nilai *critical ratio* (CR) pada H6 dan H7 tidak memenuhi syarat yakni sebesar  $\geq 1,96$  dan *P-Value*  $\leq 5\%$ . Sedangkan hipotesis lainnya yaitu

H1, H2, H3, H4, H5, dan H8 masih bisa diterima karena memiliki nilai *critical ratio* (CR)  $\geq 1,96$  dan berpengaruh signifikan karena nilai  $P \leq 5\%$ . Jadi, di dalam penelitian ini hipotesis 1,2,3,4,5 dan 8 telah terdukung secara signifikan. Untuk penjelasan hipotesis lebih lanjut akan dibahas pada bab selanjutnya, meliputi pembahasan data deskriptif hipotesis, gambar hipotesis dan pengaruh variabel penelitian.

**Tabel 14**  
**Pengujian Hipotesis**

Hipotesis	Hubungan	<i>Standardized Estimate</i>	<i>Critical Ratio</i>	<i>P-Value</i>	Keterangan
H1	PU → CS	0,344	3,067	0,002	Signifikan, hipotesis terdukung
H2	PU → UI	0,554	4,422	***	Signifikan, hipotesis terdukung
H3	PEOU → CS	0,331	3,308	***	Signifikan, hipotesis terdukung
H4	PEOU → PU	0,628	5,376	***	Signifikan, hipotesis terdukung
H5	PE → CS	0,435	3,811	***	Signifikan, hipotesis terdukung
H6	PC → CS	-0,012	-0,186	0,852	Tidak signifikan, hipotesis tidak terdukung
H7	PI → CS	-0,148	-1,881	0,060	Tidak signifikan, hipotesis tidak terdukung
H8	CS → UI	0,342	2,985	0,003	Signifikan, hipotesis terdukung

**Keterangan:** \*\*\*: signifikan dengan nilai *p-value*  $\leq 0,05$  atau 5%

**Sumber:** Hasil *Running Amos 16.0 for Windows*.

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dan dibahas pada bab sebelumnya maka dapat diperoleh konklusi bahwa dari sebanyak 8 hipotesis yang telah diuji dengan menggunakan SEM melalui program AMOS versi 16.0 *for windows*, terdapat 2 hipotesis yang tidak terdukung dan 6 hipotesis yang terdukung. Berikut adalah penjabarannya:

1. *Perceived usefulness* berpengaruh positif signifikan terhadap *customer satisfaction* pada layanan ponsel.
2. *Perceived usefulness* berpengaruh positif signifikan terhadap *usage intention* pada layanan ponsel.
3. *Perceived ease of use* berpengaruh positif signifikan terhadap *customer satisfaction* pada layanan ponsel.

4. *Perceived ease of use* berpengaruh positif signifikan terhadap *perceived usefulness*.
5. *Perceived enjoyment* berpengaruh positif signifikan terhadap *customer satisfaction* pada layanan ponsel.
6. *Perceived cost* tidak berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada layanan ponsel.
7. *Perceived image* tidak berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada layanan ponsel.
8. *Customer satisfaction* berpengaruh positif signifikan terhadap *usage intention* pada layanan ponsel.

Rekomendasi yang diberikan berdasarkan hasil penelitian ini ditujukan kepada para praktisi dan *developer* layanan ponsel. Selain itu, rekomendasi juga ditujukan untuk penelitian selanjutnya berdasarkan keterbatasan penelitian ini. Berikut adalah penjelasan selengkapnya:

### **1. Bagi Praktisi dan *Developer* Layanan Ponsel**

Berdasarkan hasil penelitian ini, variabel yang berpengaruh positif dan signifikan paling besar adalah *perceived ease of use* dengan *usage intention*. Hal ini menunjukkan bahwa kompleksitas memiliki pengaruh yang sangat penting dalam penggunaan layanan ponsel. Persepsi bahwa teknologi yang mudah diakses dan memiliki fleksibilitas tinggi atau dapat digunakan dimanapun dan kapanpun akan mempengaruhi minat penggunaan layanan ponsel. Hal ini juga didukung dengan adanya pengaruh pada persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dimana konsumen yang merasakan kemudahan dalam menggunakan layanan ponsel, akan menganggapnya bermanfaat. Faktor kesenangan hedonis juga memiliki pengaruh positif pada kepuasan dalam menggunakan layanan ponsel sehingga unsur gratifikasi yang dicari oleh konsumen perlu diperhatikan. Oleh karena itu, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi para praktisi, *developer* maupun penyedia layanan ponsel untuk membuat dan mendesain layanan ponsel sedemikian rupa khususnya agar layanan ponsel ini *user-friendly* (mudah digunakan) misalnya dengan cara memberikan *video* berupa cara penggunaan atau dengan menawarkan *technical support*.

## **2. Bagi Penelitian Selanjutnya**

- a. Penelitian ini menggunakan jumlah sampel terbatas yaitu minimal 150 sampel. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk mereplikasi penelitian ini dengan menggunakan sampel yang lebih besar sehingga hasilnya dapat digeneralisasi dengan baik.
- b. Variabel yang berkaitan pada faktor intrinsik dan ekstrinsik pada penelitian ini mengadaptasi dari model TAM yang telah dikembangkan. Namun hanya terdapat 5 faktor saja yang digunakan dan diteliti pada penelitian ini. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan dan menggunakan faktor-faktor lain dari TAM seperti contohnya *perceived innovativeness*, *compatibility*, *perceived quality*, *perceived behavioral control*, dan sebagainya untuk mengetahui minat dan kepuasan konsumen terhadap teknologi layanan ponsel.
- c. Penelitian ini hanya menggunakan objek hanya dilakukan di Surabaya, Indonesia. Akan lebih baik apabila peneliti berikutnya menggunakan wilayah/ daerah lain untuk mengetahui minat dan kepuasan dalam menggunakan layanan ponsel dengan perbedaan budaya dan karakteristik konsumen.
- d. Penelitian ini hanya terbatas pada pengguna layanan ponsel, sehingga tidak ada wawasan yang ditawarkan kepada pelaku industri untuk menarik calon pengguna layanan ponsel. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya harus berusaha untuk membangun faktor yang mempengaruhi minat non-pengguna untuk menggunakan layanan ponsel.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Benou, P. dan Bitos, V., 2008, *Developing mobile commerce applications*, Journal of Electronic Commerce in Organizations, Vol. 6 No. 1:63–78.
- Cozby, P.C. dan Bates, S.C., 2012, *Methods in Behavioral Research*, 11<sup>th</sup> edition, New York: McGraw Hill.
- Ghozali, I., 2005, *Model Persamaan Struktural: Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS ver. 5.0*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., dan Anderson, R.E., 2010, *Multivariate Data Analysis: A global perspective (7<sup>th</sup>ed.)*, New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Jogiyanto, H.M., 2011, *Konsep dan Aplikasi Structural Equation Modeling Berbasis Varian dalam Penelitian Bisnis*. UPP STIM YKPN: Yogyakarta.

Revels, J., Tojib, D., dan Tsarenko, Y., 2010, *Understanding consumer intention to use mobile services*, *Australasian Marketing Journal*, Vol. 18:74-80.

Zikmund, W.G., Babin, B.J., Carr, J.C., dan Griffin, M., 2009, *Business research methods (8th ed.)*. Cengage Learning.

<http://teknologi.kompasiana.com/gadget/2014/03/30/perkembangan-teknologi-sekarang-ini-643099.html>) diunduh pada 10 April 2015

<http://www.termasmedia.com/65-pengertian/71-pengertian-internet.html> diunduh pada 10 April 2015

<http://id.techinasia.com/baidu-indonesia-smartphone-akses-internet-mobile/> diunduh pada 10 April 2015