

Perluasan Model TAM Untuk Memprediksi Niat Menggunakan Ulang TIX ID di Indonesia

Hasna Nabilah Firdaus^{*}, Salman Faris Insani¹, Ariyani Wahyu Wijayanti¹

¹ Program Studi Manajemen, Universitas Veteran Bangun Nusantara, Indonesia

*email: hasnabilahf@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to test the extension of the TAM model to predict the intention to reuse TIX ID in Indonesia. The sample used in this study was 130 respondents. The analysis technique used in this research is Structural Equation Modelling (SEM) technique, the application program used is Partial Least Square (PLS). The results showed that perceived convenience has a positive and significant effect on perceived benefits, perceived convenience has a positive and significant effect on attitude to use, perceived benefits have a positive and significant effect on attitude to use, perceived convenience has a positive and significant effect on intention to reuse, perceived benefits have no effect on intention to reuse, perceived risk has no effect on intention to reuse, attitude to use has a positive and significant effect on intention to reuse, attitude to use mediates the effect of perceived convenience on intention to reuse, attitude to use mediates the effect of perceived benefits on intention to reuse.

ABSTRAK

Kata Kunci:

Persepsi
Kemudahan;
Persepsi
Manfaat;
Persepsi Risiko;
Sikap
Menggunakan;
Niat
Menggunakan
Ulang

Penelitian ini bertujuan untuk menguji perluasan model TAM untuk memprediksi niat menggunakan ulang TIX ID di Indonesia. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 130 responden. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik Structural Equation Modelling (SEM), program aplikasi yang digunakan adalah Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi manfaat, persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap menggunakan, persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap menggunakan, persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan ulang, persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan ulang, persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan ulang, sikap menggunakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan ulang, sikap menggunakan memediasi pengaruh persepsi kemudahan terhadap niat menggunakan ulang, sikap menggunakan memediasi pengaruh persepsi manfaat terhadap niat menggunakan ulang.

PENDAHULUAN

E-ticketing atau yang biasa disebut dengan tiket elektronik merupakan suatu teknologi yang memudahkan pengguna dalam pemesanan tiket online tanpa harus melakukan pembayaran secara langsung. *E-ticketing* tidak hanya digunakan untuk

pemesanan aktivitas perjalanan saja, namun juga dapat digunakan dalam berbagai kegiatan seperti membeli tiket konser, seminar pendidikan, menonton pertunjukkan, membeli barang online, dan membeli tiket bioskop. Kemunculan teknologi *e-ticketing* ini bertujuan untuk memberikan kemudahan dalam pemesanan tiket, karena pemesanan dilakukan secara online sehingga tidak perlu mempersiapkan berkas fisik untuk registrasi, selain itu *e-ticketing* juga dapat mengurangi risiko terjadinya kehilangan tiket, sehingga apabila kehilangan tiket pengguna hanya perlu melakukan cetak ulang tiketnya.

TIX ID merupakan aplikasi pemesanan tiket bioskop terbaru diantara aplikasi lainnya di Indonesia yang memberikan kemudahan kepada pengguna dalam memilih film yang sesuai keinginannya (Palumian *et al.*, 2021). TIX ID merupakan aplikasi yang diciptakan oleh PT. Nusantara Elang Sejahtera yang berdiri sejak 21 Maret 2018. TIX ID berkerjasama dengan DANA dompet digital sebagai metode pembayarannya. Pengguna dapat login akun dan mengisi saldo terlebih dahulu sebelum melakukan pemesanan tiket. Selain melalui TIX ID banyak aplikasi pemesanan tiket bioskop yang terus muncul (Palumian *et al.*, 2021) seperti M-TIX, CGV Cinemas, Cinepolis Indonesia, Go Tix, dan Traveloka. Adanya aplikasi pemesanan tiket bioskop secara online akan memudahkan pengunjung dalam memesan tiket yang diinginkannya tanpa harus melakukan antrian panjang (Basuki *et al.*, 2022).

Berikut ini merupakan daftar aplikasi pemesanan tiket bioskop online yang banyak digunakan di Indonesia.

Tabel 1. Daftar Aplikasi Pemesanan Tiket Bioskop Online

No	Aplikasi	Download	Rating
1	TIX ID	10.000.000 +	4.8/5
2	Traveloka	10.000.000 +	4.6/5
3	Go Tix	50.000 +	4.3/5
4	CGV Cinemas	1.000.000 +	4.0/5
5	Goers	100.000 +	4.0/5
6	Cinema 21	5.000.000 +	3.6/5
7	BookMyShow	500.000 +	3.6/5
8	Cinepolis	1.000.000 +	3.1/5

Sumber: Cahyadi, 2022

Tabel 1 menunjukkan bahwa bahwa top 8 aplikasi pemesanan tiket bioskop yang banyak digunakan di Indonesia yaitu, TIX ID dengan jumlah pengunduhan sebanyak 10 juta kali dan mendapatkan rating 4.8/5. TIX ID mempunyai beberapa keunggulan yaitu dapat melihat langsung trailer film, rating film, poster film, sinopsis cerita, dan pemain yang terdaftar dalam aplikasi tersebut. Selain itu TIX ID juga menyediakan banyak diskon dan promo buy 1 get 1 free sehingga pengguna bisa mendapatkan harga yang lebih murah.

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan salah satu model yang digunakan untuk memprediksi penerimaan pengguna terhadap teknologi baru. Teori ini dikembangkan oleh (Davis, 1989) yang merupakan suatu pengembangan dari Theory of Reasoned Action (TRA). Pengembangan TRA sendiri berdasarkan pada asumsi bahwa respon dan pandangan seseorang terhadap suatu teknologi akan menentukan sikap dan

perilaku orang tersebut. TAM memberikan penambahan dua persepsi utama pada model TRA. Dua persepsi utama tersebut ialah persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan (Putri *et al.*, 2023). Penelitian ini memperluas TAM dengan menambahkan persepsi risiko. Persepsi risiko menjadi hal yang harus dipertimbangkan pengguna ketika akan menggunakan suatu teknologi, pengguna akan mempertimbangkan apakah data pribadi mereka seperti nomor telepon dan alamat email yang diberikan akan aman selain itu kerugian uang dan waktu juga menjadi pertimbangan yang mempengaruhi konsumen untuk membeli barang dan jasa. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Desita & Dewi, 2022) semakin banyak risiko yang dirasakan dalam menggunakan teknologi, maka semakin tinggi pula niat penggunannya untuk menghindari menggunakan teknologi tersebut. Begitupun sebaliknya, apabila risiko yang dirasakan dalam menggunakan teknologi sedikit, maka niat pengguna untuk menggunakan teknologi juga semakin tinggi.

Persepsi kemudahan menurut (Davis, 1989) didefinisikan sebagai seberapa yakin calon pengguna mengharapkan sistem sesuai sasaran dan terbebas dari usaha. Persepsi manfaat menurut (Desita & Dewi, 2022) didefinisikan sebagai keyakinan seseorang akan keuntungan yang mungkin didapatkan dari menggunakan teknologi baru. Persepsi risiko menurut (Rodiah & Melati, 2020) didefinisikan sebagai keyakinan pengguna terhadap ketidakpastian dan dampak yang mungkin terjadi saat menggunakan suatu layanan. Sikap menggunakan menurut (Palumian *et al.*, 2021) berpendapat bahwa sikap terhadap penggunaan aplikasi berkaitan dengan proses seseorang untuk menentukan nilai suatu objek yang membawa arah pengembangan keyakinan terhadap suatu objek. Niat menggunakan ulang Menurut Basuki *et al.*, (2022) niat menggunakan ulang adalah harapan seseorang untuk menggunakan ulang barang-barang tertentu.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap persepsi manfaat, mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap sikap menggunakan, mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap sikap menggunakan, mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap niat menggunakan ulang, mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap niat menggunakan ulang, mengetahui pengaruh persepsi risiko terhadap niat menggunakan, mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap niat menggunakan yang dimediasi oleh sikap menggunakan ulang, mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap niat menggunakan ulang yang dimediasi oleh sikap menggunakan.

METODE

Penelitian ini berfokus pada pengguna aplikasi TIX ID di Indonesia. Waktu penelitian ini dimulai dari Mei 2023 sampai dengan selesai. Objek penelitian ini adalah pengguna yang memiliki aplikasi TIX ID. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Data yang peneliti peroleh dari kuesioner dengan menggunakan media google form. Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Dalam menentukan sampel, peneliti menggunakan metode *purposive sampling* dengan dua

kriteria yaitu 1) Pengguna yang memiliki aplikasi TIX ID dan 2) Pernah melakukan pembelian dalam kurun waktu 6 bulan terakhir. Dalam penelitian ini kuesioner yang disebarakan oleh peneliti adalah sebanyak 281 kuesioner. Namun sampel yang terpakai yakni sebanyak 162 responden, sisanya sebanyak 119 data responden tidak dipakai dalam penelitian ini karena tidak memenuhi kriteria penelitian. Teknik analisis data menggunakan bantuan program *software* SmartPLS 4.0 yang terdiri dari evaluasi *outer model* dan *inner model*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang terkumpul, profil responden yang terdiri dari laki-laki 35 (21,6%) dan perempuan 127 (78,4%). Responden berdomisili di Jawa Tengah 74 responden, Jawa Timur 16 responden, Jawa Barat 19 responden, , Jabodetabek 29 responden, Banten 10 responden. Kalimantan Timur, Sumatera Selatan, DIY, Bengkulu 2 responden. Lampung, Riau, Sulawesi Tenggara, Jambi, Kalimantan Tengah, dan Kepulauan Riau 1 responden. Responden yang berusia 17-22 tahun sebanyak 103 (63,6%), berusia 23-28 tahun sebanyak 52 (32,1%), berusia 29-34 tahun sebanyak 4 (2,5%), dan berusia 35-40 tahun sebanyak 3 (1,9%). Dilihat dari sisi pendidikan SMA/SMK sebanyak 66 orang, S1 sebanyak 89 orang, S2 sebanyak 1 orang, dan diploma sebanyak 6 orang. Sedangkan dilihat dari sisi pekerjaan, terdapat 129 orang yang berstatus sebagai pelajar/mahasiswa, PNS sebanyak 1 orang, wiraswasta sebanyak 6 orang, karyawan swasta sebanyak 19 orang, dan sisanya 7 orang memiliki pekerjaan lainnya.

Evaluasi Outer Model

Convergent Validity

Convergent validity dapat dilihat dari nilai outer loading atau loading faktor. Suatu indikator dinyatakan memenuhi convergent validity dalam kategori baik apabila nilai outer loading $> 0,7$. Nilai outer loading harus lebih besar dari 0,70 meskipun nilai 0,60 masih dapat diterima dan dipergunakan. Berikut ini merupakan nilai outer model:

Tabel 2. Nilai Outer Loading

Item	Outer Loading	Interpretasi
ATU_1	0,820	Valid
ATU_2	0,814	Valid
ATU_3	0,789	Valid
ATU_4	0,814	Valid
ATU_5	0,841	Valid
ITU_1	0,855	Valid
ITU_2	0,861	Valid
ITU_3	0,708	Valid
ITU_4	0,883	Valid
PEOU_1	0,771	Valid
PEOU_2	0,790	Valid
PEOU_3	0,777	Valid
PEOU_5	0,779	Valid
PEOU_6	0,827	Valid
PR_1	0,917	Valid
PR_2	0,796	Valid
PR_3	0,943	Valid
PU_2	0,786	Valid
PU_4	0,741	Valid
PU_5	0,835	Valid

Dalam tabel 2, dapat diketahui bahwa nilai outer loading pada penelitian ini masing-masing memiliki nilai diatas 0,7. Artinya semua indikator diatas dinyatakan valid dan layak untuk dilakukan penelitian.

Discriminant Validity

Discriminant validity dapat dilihat pada nilai cross loading. Suatu indikator dinyatakan memenuhi discriminant validity apabila nilai cross loading indikator pada variabelnya adalah lebih besar dibandingkan dengan korelasi variabel lainnya. Selain mengamati nilai cross loading, discriminant validity juga dapat diketahui melalui Average Variant Extracted (AVE). Masing-masing indikator dipersyaratkan nilainya harus $> 0,5$ untuk menghasilkan model yang baik (Hair et al, 2014).

Tabel 3. Nilai Cross Loading

	ITU	PEOU	PU	PR	ATU
Niat Menggunakan Ulang (ITU)	0.843				
Persepsi Kemudahan (PEOU)	0.551	0.800			
Persepsi Manfaat (PU)	0.390	0.655	0.821		
Persepsi Risiko (PR)	0.110	-0,061	-0,259	0.874	
Sikap Menggunakan (ATU)	0.743	0.634	0.582	0.018	0.817

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil pada tabel 3, menunjukkan bahwa seluruh indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini telah memiliki discriminant validity yang baik dalam menyusun variabelnya masing-masing.

Tabel 4. Nilai AVE

Variabel	AVE
Niat Menggunakan Ulang (ITU)	0,710
Persepsi Kemudahan (PEOU)	0,640
Persepsi Manfaat (PU)	0,674
Persepsi Risiko (PR)	0,765
Sikap Menggunakan (ATU)	0,668

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil pada tabel 4, menunjukkan bahwa nilai AVE kelima variabel > 0,5. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa setiap variabel telah memiliki discriminant validity yang baik.

Composite Reliability

Composite reliability merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui nilai reliabilitas indikator-indikator pada suatu variabel. Suatu variabel yang dapat dinyatakan memenuhi composite reliability apabila memiliki nilai composite reliability > 0,7 (Hair et al, 2014). Selain itu untuk mengukur reliabilitas dapat dilakukan dengan melihat nilai Cronbach Alpha, dan dapat dikatakan reliabel apabila memiliki nilai cronbach alpha > 0,6. Berikut ini nilai composite reliability dan cronbach alpha yang diperoleh:

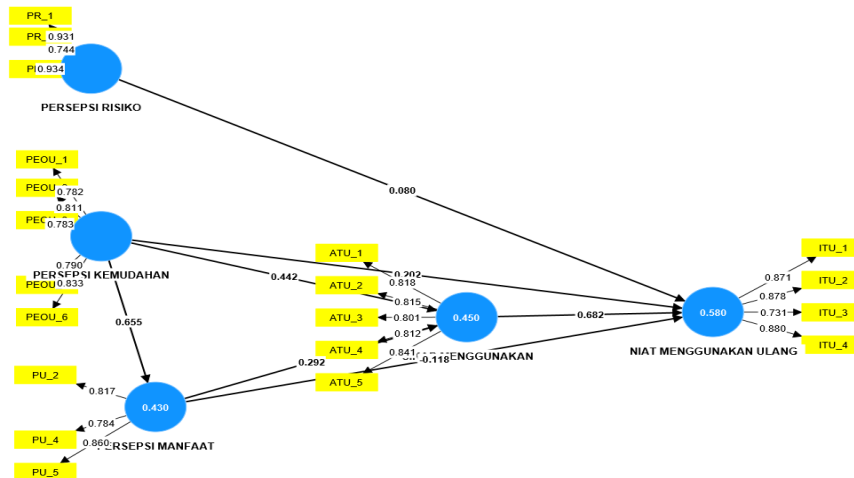
Tabel 5. Nilai Composite Reliability dan Cronbach Alpha

Variabel	Composite Reliability	Cronbach Alpha
Niat Menggunakan Ulang	0,872	0,862
Persepsi Kemudahan	0,860	0,859
Persepsi Manfaat	0,761	0,758
Persepsi Risiko	0,695	0,890
Sikap Menggunakan	0,877	0,876

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 5, pengujian composite reliability menunjukkan empat indikator yang dinyatakan reliabel karena memiliki nilai > 0,7. Dan satu variabel persepsi risiko mempunyai nilai 0,695 atau < 0,7. Nilai tersebut masih dapat diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan uji composite reliability memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi. Dan pada nilai cronbach alpha juga dapat dikatakan reliabel karena memiliki nilai > 0,7.

Gambar 1. Model Penelitian Outer Model



Evaluasi Inner Model

Coefficient determination (R²)

Coefficient determination (R-Square) digunakan untuk mengukur seberapa banyak variabel endogen dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Tabel 6. Coefficient Determination (R-Square)

Variabel	R-Square
Niat Menggunakan Ulang (ITU)	0,580
Persepsi Manfaat (PU)	0,430
Sikap Menggunakan (ATU)	0,450

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 6, diketahui bahwa untuk variabel niat menggunakan ulang adalah 0,580. Perolehan nilai tersebut menjelaskan bahwa presentase besarnya niat menggunakan dapat dijelaskan oleh variabel persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi risiko, dan sikap menggunakan sebesar 58%. Kemudian untuk nilai R-Square yang diperoleh variabel persepsi manfaat adalah 0,430. Nilai tersebut menjelaskan bahwa persepsi manfaat dapat dijelaskan oleh persepsi kemudahan sebesar 43%. Nilai R-Square untuk variabel sikap menggunakan sebesar 0,450. Nilai tersebut menjelaskan bahwa sikap menggunakan dijelaskan oleh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat.

Untuk mengetahui seberapa baik nilai Q-Square, maka dapat dilakukan perhitungan nilai Q-Square sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 Q\text{-Square} &= 1 - ((1 - R^2_1) \times (1 - R^2_2) \times (1 - R^2_3)) \\
 &= 1 - (0,42 \times 0,57 \times 0,55) \\
 &= 1 - 0,13 \\
 &= 0,87
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan, dapat diperoleh nilai Q-Square sebesar 0,87. Hal ini menunjukkan bahwa keragaman dari data penelitian yang dapat dijelaskan oleh model

penelitian sebesar 87%. Sedangkan sisanya sebesar 13% dijelaskan oleh faktor lain yang berada diluar model penelitian ini.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai T-Statistic dan P-Value dan Path Coefficient. Hipotesis penelitian dapat dinyatakan diterima apabila nilai P values < 0,5, nilai path coefficient > 0 dan nilai t-statistic > 1,96 dengan level signifikansi 5%.

Tabel 7. Direct Effect (pengaruh langsung)

	Path Coefficient	T Statistics	P Values
Persepsi Kemudahan -> Niat Menggunakan Ulang	0,202	2,141	0,032
Persepsi Kemudahan -> Persepsi Manfaat	0,655	12,540	0,000
Persepsi Kemudahan -> Sikap Menggunakan	0,442	5,584	0,000
Persepsi Manfaat -> Niat Menggunakan Ulang	-0,118	1,530	0,126
Persepsi manfaat -> Sikap Menggunakan	0,292	3,618	0,000
Persepsi Risiko -> Niat Menggunakan Ulang	0,080	1,145	0,252
Sikap Menggunakan -> Niat Menggunakan Ulang	0,682	9,691	0,000

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 7, pengaruh langsung antar variabel diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Pada pengujian pengaruh persepsi kemudahan terhadap persepsi manfaat. Diketahui bahwa nilai T-Statistic sebesar 12,540 dan P-value sebesar 0,000. Dimana nilai P-value < 0,50 dan T-statistic > 1,96. Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi manfaat. Dengan demikian, H1 didukung
2. Pada pengujian persepsi kemudahan terhadap sikap menggunakan. Diketahui bahwa nilai T-statistic sebesar 5,584 dan p-value sebesar 0,000. Dimana nilai p-value < 0,50 dan T-statistic > 1,96. Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap menggunakan. Dengan demikian, H2 didukung.
3. Pada pengujian pengaruh persepsi manfaat terhadap sikap menggunakan. Diketahui bahwa nilai T-statistic sebesar 3,618 dan p-value sebesar 0,000. Dimana nilai p-value < 0,50 dan T-statistic > 1,96. Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap menggunakan. Dengan demikian, H3 didukung.
4. Pada pengujian pengaruh persepsi kemudahan terhadap niat menggunakan ulang. Diketahui bahwa nilai t-statistic sebesar 2,141 dan p-value sebesar 0,032. Dimana nilai p-value < 0,50 dan t-statistic > 1,96. Sehingga dapat disimpulkan bahwa

persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan ulang. Dengan demikian, H4 didukung.

5. Pada pengujian pengaruh persepsi manfaat terhadap niat menggunakan ulang. Diketahui bahwa nilai t-statistic sebesar 1,530 dan p-value sebesar 0,126. Dimana nilai p-value $> 0,50$ dan t-statistic $> 1,6$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap niat menggunakan ulang. Dengan demikian, H5 tidak didukung.
6. Pada pengujian pengaruh persepsi risiko terhadap niat menggunakan ulang. Diketahui bahwa nilai t-statistic sebesar 1,145 dan p-value sebesar 0,252. Dimana nilai p-value $> 0,50$ dan t-statistic $> 1,96$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap niat menggunakan ulang. Dengan demikian, H6 tidak didukung.
7. Pada pengujian pengaruh sikap menggunakan terhadap niat menggunakan ulang. Diketahui bahwa nilai t-statistic sebesar 9,691 dan p-value sebesar 0,000. Dimana nilai p-value $< 0,50$ dan t-statistic $> 1,96$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sikap menggunakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan ulang. Dengan demikian, H7 didukung.

Tabel 8. Indirect Effect (pengaruh tidak langsung)

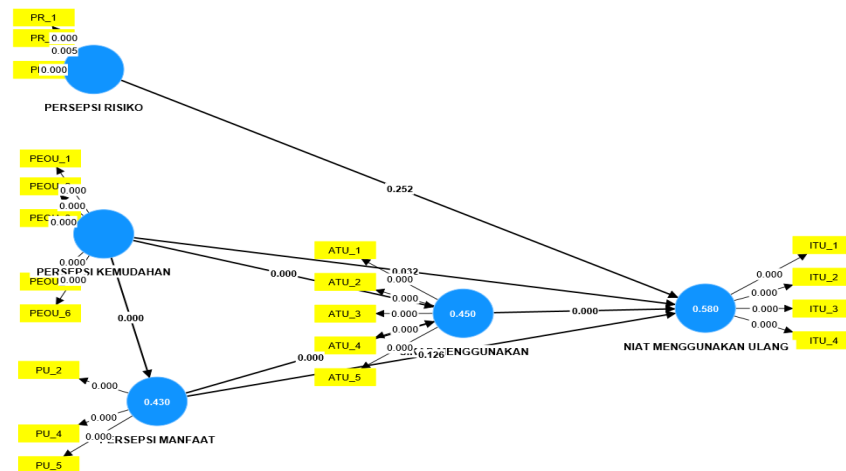
	Path Coefficient	T Statistics	P Values
Persepsi Kemudahan -> Sikap Menggunakan -> Niat Menggunakan Ulang	0,302	4,670	0,000
Persepsi Manfaat -> Sikap Menggunakan -> Niat Menggunakan Ulang	0,199	3,503	0,000

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 8, pengaruh tidak langsung antar variabel diperoleh hasil sebagai berikut :

8. Pada pengujian pengaruh persepsi kemudahan terhadap niat menggunakan ulang melalui sikap menggunakan. Diketahui bahwa nilai t-statistic sebesar 4,670 dan p-value sebesar 0,000. Dimana nilai p-value $< 0,50$ dan t-statistic $> 1,96$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan ulang melalui sikap menggunakan.
9. Pada pengujian pengaruh persepsi manfaat terhadap niat menggunakan ulang melalui sikap menggunakan. Diketahui bahwa nilai t-statistic sebesar 3,503 dan p-value sebesar 0,000. Dimana nilai p-value $< 0,50$ dan t-statistic $> 1,96$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan ulang melalui sikap menggunakan.

Gambar 2. Model Penelitian Inner Model



KESIMPULAN

Tujuan penelitian ini untuk menguji persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi risiko terhadap niat menggunakan TIX ID sebagai aplikasi pemesanan tiket bioskop dengan sikap menggunakan sebagai variabel mediasi. Dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap persepsi manfaat, persepsi kemudahan berpengaruh terhadap sikap menggunakan, persepsi manfaat berpengaruh terhadap sikap menggunakan, persepsi kemudahan berpengaruh terhadap niat menggunakan ulang, persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan ulang, persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan, sikap menggunakan berpengaruh terhadap niat menggunakan ulang, persepsi kemudahan berpengaruh terhadap niat menggunakan ulang dengan sikap menggunakan sebagai variabel mediasi. Dan terakhir, persepsi manfaat berpengaruh terhadap niat menggunakan ulang dengan sikap menggunakan sebagai variabel mediasi.

Adapun pada penelitian ini persepsi manfaat dan persepsi risiko yang tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan ulang. Hal ini dimungkinkan bahwa kesadaran pengguna terhadap manfaat yang diberikan TIX ID masih rendah, sehingga manfaat tidak lagi menumbuhkan niat pengguna dalam menggunakan aplikasi TIX ID. Selain itu pengguna masih bisa melakukan pembelian tiket bioskop dengan langsung mendatangi bioskop-bioskop terdekat. Pada persepsi risiko hal ini juga dimungkinkan terjadi karena risiko tidak dapat meningkatkan atau mendukung terbentuknya niat menggunakan aplikasi TIX ID. Pengguna merasa bahwa risiko menggunakan TIX ID masih tinggi, sehingga pengguna merasa takut apabila menggunakan aplikasi TIX ID untuk membeli tiket bioskop.

Temuan dari hasil penelitian ini berbeda dengan apa yang dilakukan oleh (Palumian *et al.*, 2021) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh

yang signifikan terhadap niat menggunakan pada aplikasi TIX ID di Pulau Jawa. selain itu pada persepsi risiko hasil penelitian juga berbeda dengan temuan yang dilakukan oleh (Desita & Dewi, 2022) yang menyatakan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat menggunakan pada aplikasi e-wallet. Salah satu fitur TIX ID yang dianggap paling penting oleh pengguna adalah kemampuan yang memungkinkan calon penonton untuk memanfaatkannya. Fitur-Fitur ini termasuk memasan tiket bioskop, menunjukkan kursi bioskop yang masih kosong, dan melihat jadwal tayangan film yang dapat dilihat sekilas pada satu menu.

Penelitian selanjutnya yang dapat disarankan untuk penelitian selanjutnya adalah dengan menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi niat seseorang dalam menggunakan TIX ID seperti variabel moderasi promosi. Selain itu penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas sampel dengan meneliti aplikasi pemesanan tiket bioskop lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Basuki, R., Tarigan, Z. J. H., Siagian, H., Limanta, L. S., Setiawan, D., & Mochtar, J. (2022). *The effects of perceived ease of use, usefulness, enjoyment and intention to use online platforms on behavioral intention in online movie watching during the pandemic era* (Doctoral dissertation, Petra Christian University).
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS quarterly*, 319-340.
- Desita, W., & Dewi, G. A. K. R. S. (2022). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Promosi dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash pada Aplikasi Dompot Elektronik (E-Wallet). *Jurnal Akuntansi Profesi*, 13(1), 115-124.
- Palumian, Y., Jayanti, S. C. K., Indriyani, R., & Tarigan, Z. J. H. T. (2021). Technology acceptance model for online cinema ticketing among moviegoers in java island Indonesia: an empirical study on tix id application. In *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering* (Vol. 1010, No. 1, p. 012037). IOP Publishing.
- Putri, G. A., Widagdo, A. K., & Setiawan, D. (2023). Analysis of financial technology acceptance of peer to peer lending (P2P lending) using extended technology acceptance model (TAM). *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(1), 100027.
- Rodiah, S. R., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), 66-80.
- Putra, I. P. A. P. A., Sukaatmadja, I. P. G., & Giantari, I. G. A. (2016). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Terhadap Kepercayaan dan Niat Beli E-Ticket pada Situs Traveloka. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 5(9), 3007-3030.