

Kontribusi perceived usefulness, perceived ease of use dan perceived security terhadap behavioral intention to use aplikasi JAKET

Onita Sari Sinaga¹, Fenny Krisna Marpaung², Reni Shinta Dewi³, Acai Sudirman¹✉

¹ Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung, Pematangsiantar

² Universitas Prima Indonesia, Medan

³ Universitas Diponegoro, Semarang

Article info	Abstract
Received [23 February 2021] Revised [8 March 2021] Accepted [9 April 2021]	<p>The development of the use of information technology in various fields provides added value to society in an advanced development process. The existence of the use of information technology has entered all sectors, especially when it has penetrated the transportation sector. The success of technology acceptance is reflected in the user's ability to apply this technology in their daily lives without encountering several obstacles. The substance of this study is to determine the effect of perceived usefulness, perceived ease of use, and perceived security on the behavioral intention to use the JAKET application. The sample in this study amounted to 120 respondents who were determined by convenience sampling approach. Data analysis using the SPSS application by displaying the results of data processing through test research instruments with validity and reliability, multiple regression analysis, the coefficient of determination, and hypothesis testing. The research results prove that only perceived ease of use and perceived security have a significant effect on behavioral intention to use. As for the effect of perceived usefulness on behavioral intention to use, the results are not significant.</p> <p>Keywords: perceived usefulness; perceived ease of use; perceived security; behavioral intention to use</p>
Corresponding author: Acai Sudirman acaivenly@stiesultanagung.ac.id	<hr/> <p>A b s t r a k</p> <p>Perkembangan penggunaan teknologi informasi dalam berbagai bidang memberikan nilai tambah bagi masyarakat dalam proses pembangunan yang maju. Eksistensi penggunaan teknologi informasi sudah masuk ke semua sektor, khususnya saat ini telah merambah pada sektor transportasi. Keberhasilan penerimaan teknologi tercermin dari kemampuan pengguna untuk mengaplikasikan teknologi tersebut dalam kehidupan sehari-hari tanpa menemui beberapa hambatan. Substansi dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh perceived usefulness, perceived ease of use, dan perceived security terhadap behavioral intention to use aplikasi JAKET. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 120 responden yang ditentukan dengan pendekatan convenience sampling. Analisis data menggunakan aplikasi SPSS dengan menampilkan hasil pengolahan data melalui uji instrumen penelitian dengan uji validitas dan reliabilitas, analisis regresi berganda, koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian membuktikan hanya perceived ease of use dan perceived security yang berpengaruh signifikan terhadap behavioral intention to use. Sedangkan untuk pengaruh perceived usefulness terhadap behavioral intention to use diperoleh hasil yang tidak signifikan.</p> <p>Kata kunci: perceived usefulness; perceived ease of use; perceived security; behavioral intention to use</p>

Pendahuluan

Terobosan gelombang teknologi digital sudah nyaris hadir di seluruh perspektif kehidupan khalayak serta ekonomi masyarakat Indonesia, seperti yang terdapat pada bidang transportasi,

kesehatan, pembelajaran, ritel, penginapan serta finansial (Fitria & Winata, 2020). Masa digital memberikan kemudahan dengan bermacam teknologi yang terdapat, tetapi tidak seluruh teknologi terkini bisa dapat dengan mudah oleh publik, sebab cara rekognisi teknologi terkini ini membutuhkan durasi serta adaptasi (Juhri & Dewi, 2017). TAM lazim dipakai untuk memahami ikatan antara orang dengan rekognisi teknologi lewat *perceived usefulness* serta *perceived ease of use*. *Perceived usefulness* serta *perceived ease of use* dalam TAM ialah eksplanasi yang sangat berarti buat memperkirakan rekognisi sistem informasi (Cheong & Park, 2005). TAM sudah jadi terkenal sebab memenuhi karakter teoritis jadi sederhana, dibantu oleh informasi, serta legal untuk memperkirakan rekognisi serta pemanfaatan teknologi terkini di berbagai sisi (Rauniar, Rawski, Yang, & Johnson, 2014). Terdapat sebagian aspek yang mempengaruhi atensi seseorang untuk memanfaatkan suatu teknologi menurut prinsip *Technology Acceptance Model (TAM)*, yakni evaluasi atas utilitas yang didapat ataupun disebut dengan *perceived usefulness*, evaluasi atas kelancaran serta tingkatan kesulitan pemakaian ataupun disebut dengan *perceived ease of use* serta aspek keamanan ataupun disebut dengan *perceived security* (Chawla & Joshi, 2019).

Perceived Usefulness merupakan konstruk dalam model TAM yang didefinisikan sebagai perasaan yang dinilai konsumen saat mengadopsi sebuah temuan baru bahwa teknologi yang digunakan dapat membantu meringankan pekerjaan atau tugasnya dalam kehidupan sehari-hari (Chen, Chen, & Kazman, 2007). Dengan kata lain, kondisi ini mengarah ke perspektif kinerja konsumen mengenai hasil dari pengalaman setelah merasakan kebermanfaatannya mengadopsi teknologi baru (Wonglimpiyarat, 2017). Kegunaan yang dirasakan dapat didefinisikan sebagai keyakinan bahwa kinerja akan ditingkatkan mengadopsi teknologi baru dan kemudahan penggunaan yang dirasakan mengacu pada tingkat upaya yang diperlukan sambil mengadopsi dan menggunakan teknologi (Bagla & Sancheti, 2018). Beberapa hasil studi yang mengkaji tentang *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention to use* telah diteliti oleh sejumlah periset dan menghadirkan hasil penelitian yang berbeda. Penelitian (Wijayanti, Suddin, & Sutarno, 2019); (Setyawati, 2020); (Kumala, Pranata, & Thio, 2020), menyatakan ada pengaruh yang signifikan dari *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention to use*. Sedangkan hasil riset dari Juhri & Dewi (2017) dan Halim et al., (2020), menyampaikan *perceived usefulness* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention to use*.

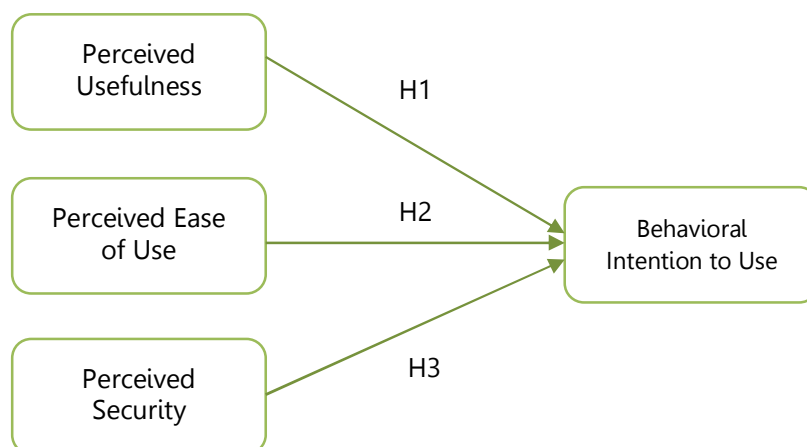
Perceived Ease of Use didefinisikan sebagai sistem yang mudah untuk dipelajari dan dipergunakan oleh user atau *user friendly* (Chawla & Joshi, 2019). Pengertian tentang kemudahan penggunaan juga disampaikan oleh (Alsamydai, Yassen, Alnaimi, Dajani, & Qirem, 2014), kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai perilaku untuk menggunakan transaksi keuangan berbasis teknologi guna mencegah masalah yang timbul akibat teknologi tersebut. Manifestasi dari penerimaan teknologi baru akan tergambar sangat jelas ketika adanya gambaran dari sejauh mana konsumen mengharapkan teknologi dari usaha dan cukup mudah untuk dipelajari dan mudah digunakan untuk diadopsi dalam kehidupan sehari-hari mereka (Madan & Yadav, 2016). Hasil studi sebelumnya yang dikemukakan oleh (Welly, Supitriyani, Yusnaini, & Sudirman, 2020). Beberapa hasil studi yang mengkaji tentang *perceived ease of use* terhadap *behavioral intention to use* telah diteliti oleh sejumlah periset dan menghadirkan hasil penelitian yang berbeda. Penelitian (Sandy & Firdausy, 2021); (Nazirwan, Halim, & Fadhil, 2020); (Naufaldi & Tjokrosaputro, 2020), menyatakan ada pengaruh yang signifikan dari *perceived ease of use* terhadap *behavioral intention to use*. Sedangkan hasil riset dari Sayekti & Putarta (2016), menyampaikan *perceived ease of use* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention to use*.

Sistem keamanan pada suatu aplikasi berfungsi untuk melindungi informasi pengguna dari potensi ancaman (Xu & Gupta, 2009). Meskipun unit bisnis telah mengumpulkan informasi pelanggan selama beberapa dekade, masalah privasi bukanlah hal baru (Kumala et al., 2020). Namun, karena informasi teknologi yang telah meningkatkan pengumpulan, penyimpanan, penerapan, dan berbagi informasi pribadi adalah baru, masalah privasi sering terjadi di sistem penerimaan teknologi baru (Damghanian, Zarei, & Siahsarani Kojuri, 2016). Masalah privasi penting karena pelanggan mengirimkan file pribadi dan informasi keuangan dalam pertukaran online, dan masalah seperti itu bisa terjadi dianggap sebagai risiko dalam sudut pandang pelanggan (Akhter, 2014). Beberapa hasil studi yang mengkaji tentang *perceived security* terhadap *behavioral intention to use* telah diteliti oleh sejumlah periset dan menghadirkan hasil penelitian yang berbeda. Penelitian (Anwar & Rikumahu, 2020); (Damghanian et al., 2016); (Amin & Ramayah, 2010), menyatakan ada pengaruh yang signifikan dari *perceived security* terhadap *behavioral intention to use*. Sedangkan hasil riset dari Durman & Musdholifah (2020) dan Widyanto et al., (2020), menyampaikan *perceived security* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention to use*.

Disisi lain studi terkait penerimaan teknologi pada sektor transportasi melalui pendekatan TAM telah diteliti oleh (Yuniarto, 2017), dengan hasil penelitian yang menyatakan penerimaan masyarakat Kabupaten Sumedang terhadap aplikasi Grab dipengaruhi oleh kegunaan dan kemudahan, serta sikap dan atensi sikap atas pemanfaatan penggunaan teknologi. Selanjutnya studi (Mulyani, 2018), menggunakan pendekatan UTAUT yang menyatakan penerimaan dan penggunaan aplikasi Gojek dapat diterima penggunaannya pada masyarakat Kabupaten Garut. Meskipun studi tentang penerimaan teknologi pada sektor transportasi telah ada yang meneliti, baik menggunakan pendekatan TAM dan UTAUT, namun penelitian ini mencoba mengkaji kembali penerimaan teknologi dengan menempatkan pengguna aplikasi JAKET sebagai objek penelitian. Penelitian ini dihadirkan untuk memberikan pengetahuan baru terkait behavioral intention to use terhadap aplikasi JAKET sebagai salah satu transportasi lokal berbasis aplikasi di Kota Pematangsiantar. Urgensi dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kontribusi perceived usefulness, perceived ease of use dan perceived security terhadap behavioral intention to use aplikasi JAKET.

Metode penelitian

Desain penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif digunakan dalam penelitian ini. Data yang digunakan penelitian ini menggunakan data primer dengan mengumpulkan melalui kuesioner online. Populasi penelitian adalah warga atau masyarakat lokal yang berdomisili di wilayah Kota Pematangsiantar. Dikarenakan jumlah populasi yang tidak diketahui jumlahnya, maka pengambilan sampel menggunakan teknik convenience sampling. Menurut (Hair, 2014), jika jumlah populasi tidak diketahui idealnya ukuran responden yang representatif tergantung pada jumlah semua indikator dalam variabel dikalikan dengan 5-10. Studi ini memiliki 15 indikator, sehingga jumlah minimum responden untuk ini Penelitian $15 \times 8 = 120$ responden. Oleh karena itu, jumlah responden yang diambil untuk ini penelitian ini melibatkan 120 responden. Jumlah ini dianggap representatif untuk diamati sebagai perwakilan dari populasi dikarenakan telah bertemu ambang batas sampel minimum. Pengujian data kuesioner menggunakan uji validitas, dimana jika $r_{hitung} \geq 0,3$ dengan signifikansi 95% dinyatakan valid (Sugiyono, 2017) dan uji reliabilitas, dimana suatu variabel dikatakan reliabel (handal) jika memiliki nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ (Taber, 2018). Analisis data selanjutnya menggunakan regresi linear berganda, uji hipotesis, dan koefisien determinasi. Selanjutnya untuk setiap item pertanyaan yang dituangkan dalam kuesioner merujuk pada beberapa hasil penelitian terdahulu yang relevan. Penggunaan item variabel dependen, yaitu behavioral intention to use menggunakan penelitian terdahulu (Dong, Chang, Wang, & Yan, 2017) yang terdiri dari 4 indikator. Kemudian untuk variabel independen pertama, yaitu perceived usefulness menggunakan penelitian terdahulu (Stocchi, Michaelidou, & Micevski, 2019) yang terdiri dari 4 indikator. Independen kedua, yaitu perceived ease of use menggunakan penelitian terdahulu (Chawla & Joshi, 2019) yang terdiri dari 4 indikator. Independen ketiga, yaitu perceived security menggunakan penelitian terdahulu (Sutisna & Gaffar, 2020) yang terdiri dari 3 indikator. Lebih lanjut, kerangka pemikiran dalam penelitian dapat dijelaskan pada gambar 1 di berikut ini:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Penelitian

Hasil dan diskusi

Deskripsi Responden Penelitian

Tabel 1. Karakteristik Responden

Kategori	Detail	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Pria	56	46,67%
	Wanita	64	53,33%
Usia	15-24 tahun	25	20,83%
	25-34 tahun	45	37,5%
	35-44 tahun	38	31,67%
	45-54 tahun	12	10%
Pendidikan	SMA	61	50,83%
	D1 sampai D3	33	27,5%
	S1	24	20%
	S2	2	1,67%
Pekerjaan	Mahasiswa	42	35%
	Karyawan	21	17,5%
	Guru	14	11,67%
	Wirausaha	29	24,17%
	Pegawai Negeri	10	8,33%
	Lainnya	4	3,33%
Pendapatan	< Rp 1.000.000	34	28,34%
	Rp 1.000.000 - Rp 5.000.000	61	50,83%
	Rp 5.000.000 - Rp 9.000.000	18	15%
	> Rp 10.000.000	7	5,83%
Frekuensi penggunaan JAKET dalam sebulan	1 Kali	41	34,16%
	2-5 Kali	56	46,67%
	5-10 Kali	17	14,17%
	> 10 Kali	6	5%

Sumber: Data diolah (2020)

Berdasarkan tabel 1 diatas, diketahui mayoritas pengguna aplikasi JAKET adalah berjenis kelamin perempuan dengan persentase sebesar (53,33%). Untuk pengguna aplikasi JAKET dari aspek pendidikan mayoritas adalah pengguna dengan pendidikan SMA (59,83%). Dari aspek profesi, kalangan mahasiswa (35%) merupakan pengguna mayoritas aplikasi JAKET dengan orientasi penggunaan JAKET dalam sebulan berada pada rentang 2-5 kali (46,67%).

Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Corrected item- Total correlation	N of Item	Hasil Uji
Perceived usefulness	0,474	4	Valid
Perceived ease of use	0,609	4	Valid
Perceived security	0,670	3	Valid
Behavioral intention to use	0,511	4	Valid

Sumber: Data diolah (2020)

Bersumber pada tes validitas tabel 2 diatas, disimpulkan seluruh indikator dalam penelitian mempunyai nilai diatas 0,30, alhasil item pengukuran yang dipakai dalam riset ini merupakan valid. Berikutnya dilakukan percobaan reliabilitas yang dipakai untuk mengukur item pengukuran pada butir kuesioner yang menggambarkan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dibilang reliabel bila balasan seorang kepada pertanyaan tidak berubah-ubah maupun normal dari waktu ke waktu.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Item	Hasil Uji
Perceived usefulness	0,750	4	Reliabel
Perceived ease of use	0,674	4	Reliabel
Perceived security	0,636	3	Reliabel
Behavioral intention to use	0,729	4	Reliabel

Sumber: Data diolah (2020)

Bersumber pada hasil percobaan reabilitas yang ditunjukkan pada tabel 3 di atas membuktikan kalau seluruh indikator mempunyai nilai cronbach alpha tiap- tiap instrumen > 0,60 maka bisa didapat kesimpulan kalau seluruh instrumen yang dipakai reliabel.

Uji Regresi Linier Berganda

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS 23.00 for Windows dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh variabel perceived usefulness, perceived ease of use dan perceived security terhadap behavioral intention to use secara parsial. Hasil uji regresi linier berganda dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4 berikut ini:

Tabel 4. Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t hitung	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	6,573	1,635		4,019	.000
Perceived usefulness	,135	,128	.096	1.055	.294
Perceived ease of use	,200	,096	.208	2.073	.040
Perceived security	,287	,097	.308	2.953	.004

a. *Dependent Variable:* behavioral intention to use

Sumber: Data diolah (2020)

Hasil regresi linear berganda di atas, diperoleh model persamaan

$$\hat{Y} = 6,573 + 0,135 X_1 + 0,200 X_2 + 0,287 X_3$$

Hal ini berarti perceived usefulness, perceived ease of use dan perceived security berpengaruh positif terhadap behavioral intention to use pengguna aplikasi JAKET. Berdasarkan persamaan tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 6.573 dapat diartikan apabila variabel perceived usefulness, perceived ease of use dan perceived security dianggap nol, maka behavioral intention to use akan sebesar 6.573.
- Nilai koefisien beta pada variabel perceived usefulness sebesar 0.135, yang artinya setiap perubahan variabel perceived usefulness sebesar satu satuan maka akan mengakibatkan perubahan behavioral intention to use sebesar 0.135 satuan dengan asumsi-asumsi yang lain adalah tetap.
- Nilai koefisien beta pada variabel perceived ease of use sebesar 0. 200, yang maksudnya tiap perubahan variabel perceived ease of use sebesar satu satuan hingga akan menyebabkan perubahan behavioral intention to use sebesar 0. 200 dasar dengan asumsi- asumsi yang lain adalah tetap
- Nilai koefisien beta pada variabel perceived security sebesar 0.287, yang maksudnya tiap perubahan variabel perceived security sebesar satu satuan hingga akan menyebabkan perubahan behavioral intention to use sebesar 0.287 dasar dengan asumsi- asumsi yang lain adalah tetap.

Uji Hipotesis

Uji Simultan (Uji F)

Untuk menelaah ikatan variabel dengan cara simultan maka dipakai percobaan F. Pengujian hipotesis dengan cara simultan dicoba untuk mengenali apakah variabel perceived usefulness, perceived ease of use serta perceived security yang dicoba mempengaruhi terhadap behavioral intention to use dengan cara bersamaan.

Tabel 5. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Df	F	Sig.
Regression	133,384	1	13,949	.000 ^b
Residual	369,741	116		
Total	503,125	119		

Sumber: Data diolah (2020)

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 13,949 > dari F_{tabel} dengan (0,05; 3 vs 117) sebesar 2,69 atau dengan signifikan 0,000 < α 0,05, maka dapat diartikan perceived usefulness, perceived ease of use dan perceived security berpengaruh signifikan terhadap behavioral intention to use pengguna aplikasi JAKET.

Uji Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis dengan uji t bertujuan untuk mengetahui hubungan antara perceived usefulness, perceived ease of use dan perceived security terhadap behavioral intention to use secara parsial. Berdasarkan tabel diatas, hasil uji t dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Perceived usefulness diperoleh taraf signifikan 0,294 > α 0,05, artinya perceived usefulness berpengaruh tidak signifikan terhadap behavioral intention to use pengguna aplikasi JAKET.
2. Perceived ease of use diperoleh taraf signifikan 0,040 \leq α 0,05, artinya perceived ease of use berpengaruh signifikan terhadap behavioral intention to use pengguna aplikasi JAKET.
3. Perceived security diperoleh taraf signifikan 0,004 \leq α 0,05, artinya perceived security berpengaruh signifikan terhadap behavioral intention to use pengguna aplikasi JAKET.

Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan sebuah model menerangkan variasi variabel dependen. Hasil uji determinasi dalam penelitian ini dapat dijelaskan pada tabel 6 berikut ini:

Tabel 6. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.515 ^a	.265	.246	1.785

a. *Predictors: (Constant)*, perceived usefulness, perceived ease of use, perceived security

b. *Dependent Variable:* behavioral intention to use

Sumber: Data diolah (2020)

Berdasarkan tabel 6 diatas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,265 yang artinya tinggi rendahnya behavioral intention to use pengguna aplikasi JAKET sebesar 26,5% mampu dijelaskan oleh perceived usefulness, perceived ease of use dan perceived security, sedangkan sisanya sebesar 73,5% dapat dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Perceived Usefulness terhadap Behavioral Intention to Use

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial perceived usefulness berpengaruh tidak signifikan terhadap behavioral intention to use. Hal ini disebabkan karena perbedaan objek penelitian dan perbedaan karakteristik responden, selain itu perbedaan kebiasaan dalam pemakaian layanan dan juga kebiasaan untuk memperoleh manfaat dengan cepat dapat mempengaruhi (Aprilia & Santoso, 2020). Situasi ini membuat perusahaan wajib responsif menjaga mutu aplikasi, supaya senantiasa pantas dengan keinginan serta kemauan konsumen (Mahendra & Septiany, 2018). Karena bila konsumen alami hambatan dalam mengakses ataupun memanfaatkan aplikasi, maka akan berimplikasi pada penyusutan utilitas yang didapat serta implikasinya dengan amat mudah konsumen hendak berpindah untuk memanfaatkan aplikasi lain (Putri & Mahendra, 2017). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Dyanrosi, 2015), yang menyatakan perceived usefulness memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap behavioral intention to use.

Pengaruh Perceived Ease of Use terhadap Behavioral Intention to Use

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial perceived ease of use berpengaruh signifikan terhadap behavioral intention to use. Studi Laukkanen & Lauronen (2005), yang berpendapat bahwa penghematan tidak hanya waktu dan realtime informasi, tetapi juga perasaan yang ditingkatkan

dengan kontrol adalah atribut penting dari kenyamanan dan kemudahan pengguna. Perceived ease of use dapat diinterpretasikan dengan sejauh mana konsumen menggunakan aplikasi terbebas dari kesulitan (Aditya & Wardhana, 2016) Hal ini terbukti dari pengalaman konsumen selama menggunakan aplikasi JAKET, dimana fitur yang ditawarkan sangatlah mudah untuk digunakan dan rata-rata konsumen tidak mengalami kendala selama menggunakan aplikasi tersebut. Hal inilah yang mendorong pandangan dasar konsumen atas perceived ease of use yang ditawarkan aplikasi JAKET adalah sudah baik. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Aditya & Wardhana (2016) dan Sathye et al., (2018), yang menyatakan perceived ease of use memiliki pengaruh yang signifikan terhadap behavioral intention to use.

Pengaruh Perceived Security terhadap Behavioral Intention to Use

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial perceived security berpengaruh signifikan terhadap behavioral intention to use. Masalah keamanan dalam bentuk privasi menjadi penting terutama ketika konsumen melakukan transaksi online, dikarenakan informasi pribadi dan keuangan yang diperlukan terekam pada saat menggunakan layanan transportasi online (Akhter, 2014). Semakin besar tingkatan keamanan ditawarkan pada aplikasi, maka pelanggan akan terus menjadi mengakui dengan teknologi itu serta perihalnya hendak berdampak orang memakai teknologi itu dengan kesekian kali (Kumala et al., 2020). Kondisi ini tergambar dari pengalaman konsumen saat menggunakan aplikasi JAKET yang merasakan tingkat keamanan yang memadai. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Bryson et al., (2015) dan Kumala et al., (2020), yang menyatakan perceived security memiliki pengaruh yang signifikan terhadap behavioral intention to use.

Kesimpulan

Sesuai dengan hasil pengujian hipotesis, hasil pengujian variabel perceived usefulness menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan terhadap behavioral intention to use. Hal ini mengindikasikan aspek kebermanfaatannya dalam jangka panjang bukan menjadi pemicu yang dominan untuk mempengaruhi seseorang menggunakan transportasi berbasis aplikasi JAKET. Selanjutnya pada hasil pengujian variabel perceived ease of use menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap behavioral intention to use. Kondisi ini mencerminkan bahwa pengguna aplikasi JAKET sangat terbantu dengan tingkat kemudahan pemakaian yang ditawarkan. Kemudian pada hasil pengujian variabel perceived security menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap behavioral intention to use. Hasil ini merefleksikan faktor keamanan menjadi pendorong yang krusial bagi konsumen selama menggunakan aplikasi JAKET. Untuk rekomendasi penelitian selanjutnya, sebaiknya perlu menambahkan jumlah sampel penelitian agar dapat dilakukan generalisasi dengan baik serta menambah variabel-variabel penelitian yang diduga dapat mempengaruhi behavioral intention to use.

Daftar pustaka

- Aditya, R., & Wardhana, A. (2016). Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease Of Use Terhadap Behavioral Intention Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Pengguna Instant Messaging LINE Di Indonesia. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1), 24–32. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol20.iss1.art3>
- Akhter, S. H. (2014). Privacy Concern And Online Transactions: The Impact Of Internet Self-Efficacy And Internet Involvement. *Journal of Consumer Marketing*, 31(2), 118–125. <https://doi.org/10.1108/JCM-06-2013-0606>
- Alsamydai, M. J., Yassen, S. G., Alnaimi, H. M., Dajani, D. M., & Qirem, I. A. AL. (2014). www.tjprc.org THE FACTORS INFLUENCING CUSTOMER USAGE OF MOBILE BANKING SERVICES IN JORDAN. *International Journal of Business Management & Research*, 4(2), 2249–6920.
- Amin, H., & Ramayah, T. (2010). SMS Banking: Explaining the Effects of Attitude, Social Norms and Perceived Security and Privacy. *The Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries*, 41(1), 1–15. <https://doi.org/10.1002/j.1681-4835.2010.tb00291.x>
- Anwar, D. Y., & Rikumahu, B. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Adopsi Pelanggan dan Niat Untuk Merekomendasikan Electronic Wallet OVO. *E-Proceeding of Management*, 7(1), 169–174.
- Aprilia, A. R., & Santoso, T. (2020). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness Dan Attitude Towards Using Terhadap Behavioural Intention To Use Pada Aplikasi Ovo. *Agora*, 8(1), 1–6.

- Bagla, R. K., & Sancheti, V. (2018). Gaps in customer satisfaction with digital wallets: challenge for sustainability. *Journal of Management Development*, 37(6), 442–451. <https://doi.org/10.1108/JMD-04-2017-0144>
- Bryson, D., Atwal, G., Chaudhuri, H. R., & Dave, K. (2015). Understanding the Antecedents of Intention to Use Mobile Internet Banking in India: Opportunities for Microfinance Institutions. *Strategic Change*, 24(3), 207–224. <https://doi.org/10.1002/jsc.2005>
- Chawla, D., & Joshi, H. (2019). Consumer attitude and intention to adopt mobile wallet in India – An empirical study. *International Journal of Bank Marketing*, 37(7), 1590–1618. <https://doi.org/10.1108/IJBM-09-2018-0256>
- Chen, Q., Chen, H. M., & Kazman, R. (2007). Investigating Antecedents Of Technology Acceptance Of Initial Ecrm Users Beyond Generation X And The Role Of Self-Construal. *Electronic Commerce Research*, 7(3–4), 315–339. <https://doi.org/10.1007/s10660-007-9009-2>
- Cheong, J., & Park, M. C. (2005). Mobile internet acceptance in Korea. *Internet Research*, 15(2), 125–140. <https://doi.org/10.1108/10662240510590324>
- Damghanian, H., Zarei, A., & Siah Sarani Kojuri, M. A. (2016). Impact of Perceived Security on Trust, Perceived Risk, and Acceptance of Online Banking in Iran. *Journal of Internet Commerce*, 15(3), 214–238. <https://doi.org/10.1080/15332861.2016.1191052>
- Dong, X., Chang, Y., Wang, Y., & Yan, J. (2017). Understanding usage of Internet of Things (IOT) systems in China. *Information Technology & People*, 30(1), 117–138. <https://doi.org/10.1108/itp-11-2015-0272>
- Durman, T., & Musdholifah. (2020). Behavior Terhadap Intention To Use Mobile Payment (Studi Pada. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2), 621–633.
- Dyanrosi, A. (2015). Analisis Perilaku Wajib Pajak Orang Pribadi Terhadap Minat Perilaku Menggunakan E-Filing. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Tribhuwana Tunggaladewi*, 4(2), 42440.
- Fitria, L., & Winata, A. (2020). The Effect of Electronic Coupon Value to Perceived Usefulness and Perceived Ease-of-Use and its Implication to Behavioral Intention to Use Server-Based Electronic Money. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 5(1), 147–158.
- Hair, J. F. (2014). *Multivariate Data Analysis 7th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Halim, F., Efendi, Butarbutar, M., Malau, A. R., & Sudirman, A. (2020). Constituents Driving Interest in Using E-Wallets in Generation Z. *Proceeding on International Conference of Science Management Art Research Technology*, 1(1), 101–116. <https://doi.org/10.31098/ic-smart.v1i1.32>
- Juhri, K., & Dewi, C. K. (2017). Kepercayaan Dan Penerimaan Layanan Mobile Money T-Cash Di Bandung Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (Tam). *Jurnal Pro Bisnis*, 10(1), 36–51.
- Kumala, D. C., Pranata, J. W., & Thio, S. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, Dan Security Terhadap Minat Penggunaan Gopay Pada Generasi X Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(1), 19–29. <https://doi.org/10.9744/jmp.6.1.19-29>
- Laukkanen, T., & Lauronen, J. (2005). Consumer Value Creation In Mobile Banking Services. *International Journal of Mobile Communications*, 3(4), 325–338. <https://doi.org/10.1504/IJMC.2005.007021>
- Madan, K., & Yadav, R. (2016). Behavioural intention to adopt mobile wallet: a developing country perspective. *Journal of Indian Business Research*, 8(3), 227–244. <https://doi.org/10.1108/JIBR-10-2015-0112>
- Mahendra, I., & Septiany, N. (2018). Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Dalam Penggunaan Aplikasi Grab (Studi Kasus: Mahasiswa Stmik Nusa Mandiri Jakarta). *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komputer*, 4(1), 9–16.
- Mulyani, A. (2018). Analisis Penerimaan dan Penggunaan Teknologi Aplikasi Ojek Online Menggunakan Unified Theory of Acceptance and Use Technology. *Jurnal Algoritma*, 15(2), 61–66. <https://doi.org/10.33364/algoritma/v.15-2.61>
- Naufaldi, I., & Tjokrosaputro, M. (2020). Pengaruh perceived ease of use, perceived usefulness, dan trust terhadap ZALORA's application user satisfaction. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(3), 715–722.
- Nazirwan, N.-, Halim, N. M., & Fadhil, R. (2020). Peran Trust, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived E-Service Quality, Dan Perceived Risk Terhadap Behavior Intention: Suatu Penelitian Pada Kiosk Tyme Digital. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(2), 235–245. <https://doi.org/10.31846/jae.v8i2.316>
- Putri, L. F. S., & Mahendra, I. (2017). Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Dan Penggunaan Aplikasi Go-Jek Menggunakan Unified Theory of Acceptance and Use of

- Technology (UTAUT). *Jurnal Pilar Nusa Mandiri*, 13(1), 136–144.
- Rauniar, R., Rawski, G., Yang, J., & Johnson, B. (2014). Technology Acceptance Model (TAM) And Social Media Usage: An Empirical Study On Facebook. *Journal of Enterprise Information Management*, 27(1), 6–30. <https://doi.org/10.1108/JEIM-04-2012-0011>
- Sandy, E., & Firdausy, C. M. (2021). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use Dan Trust Terhadap Minat Konsumen Dalam Penggunaan Ulang Go-Pay Di Kota Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(1), 22–27.
- Sathye, S., Prasad, B., Sharma, D., Sharma, P., & Sathye, M. (2018). Factors Influencing The Intention To Use Of Mobile Value-Added Services By Women-Owned Microenterprises In Fiji. *Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries*, 84(2), 1–10. <https://doi.org/10.1002/isd2.12016>
- Sayekti, F., & Putarta, P. (2016). Penerapan Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Pengujian Model Penerimaan Sistem Informasi Keuangan Daerah. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 9(3), 196–209. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v9i3.3075>
- Setyawati, R. E. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use Terhadap Behavioral Intention To Use Dengan Attitude Towards Using Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 3(1), 1–9.
- Stocchi, L., Michaelidou, N., & Micevski, M. (2019). Drivers and outcomes of branded mobile app usage intention. *Journal of Product and Brand Management*, 28(1), 28–49. <https://doi.org/10.1108/JPBM-02-2017-1436>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (25th ed.). Alfabeta.
- Sutisna, M., & Gaffar, M. R. (2020). Eksplorasi Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Ojek Online. *Jurnal Sekretaris & Administrasi Bisnis*, 4(1), 42. <https://doi.org/10.31104/jsab.v4i1.164>
- Taber, K. S. (2018). The Use of Cronbach's Alpha When Developing and Reporting Research Instruments in Science Education. *Research in Science Education*, 48(6), 1273–1296. <https://doi.org/10.1007/s11165-016-9602-2>
- Welly, Y., Supitriyani, S., Yusnaini, Y., & Sudirman, A. (2020). Factors of Using Non-Cash Payments to the Consumption Level of Students in Pematangsiantar City. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 7(1), 61–68. <https://doi.org/10.26905/jbm.v7i1.4041>
- Widyanto, H. A., Kusumawardani, K. A., & Septyawanda, A. (2020). Encouraging Behavioral Intention To Use Mobile Payment: an Extension of Utaut2. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 4(1), 87. <https://doi.org/10.24912/jmie.v4i1.7584>
- Wijayanti, M. W., Suddin, A., & Sutarno. (2019). Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease Of Use Terhadap Behaviour Intention To Use Bri Digital Banking Pada Agen Brilink Pt Bank Rakyat Indonesia Tbk Kantor Cabang Magelang. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 13, 188–199.
- Wonglimpiyarat, J. W. (2017). FinTech banking industry: a systemic approach. *Foresight*, 19(6), 590–603.
- Xu, H., & Gupta, S. (2009). The Effects Of Privacy Concerns And Personal Innovativeness On Potential And Experienced Customers' Adoption Of Location-Based Services. *Electronic Markets*, 19(2–3), 137–149. <https://doi.org/10.1007/s12525-009-0012-4>
- Yuniarto, D. (2017). Analisis Penerimaan Penggunaan Aplikasi Grab di Kabupaten Sumedang. *Jurnal Ilmu-Ilmu Informatika Dan Manajemen*, 11(2), 78–85. <https://doi.org/10.33481/infomans.v11i2.23>