

ANALISIS DETERMINAN SISTEM INFORMASI *E-TICKETING* (*PENDEKATAN EXTENDED THEORY OF PLANNED BEHAVIOUR*)

Peniarsih¹, Andriandi²

Program Studi Sistem Informasi, Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma (UNSURYA)
ppeniarsih@yahoo.co.id

Abstrac

This study aims to examine the factors that affect intention to use e-ticketing information system and its use the Theory of Planned Behaviour (TPB) as a development of the model used by Karami (2006) and Dehbashi (2007). The method data collection is a survey method. The sample of 86 individuals is the user of e-ticketing onformation system at Juanda International Airport in Surabaya. The data were analyzed by using Partial Least Square (PLS) software. The results of this study indicate that attitude and perceived behavioral control affect the intention to use e-ticketing information system. While subjective norm and trust did not affect the intention to use e-ticketing information system. The implication of this study is relevant to the management of the company to be more consider the factors that influence in developing ticketing transactions through the use of e-ticketing information system.

Keywords: Theory Planned Behaviour (TPB), e-ticketing, attitude, subjective norm, perceived behavioral control, trust, self efficacy, intention.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan sistem informasi *e-ticketing* dengan menggunakan model *Theory Of Planned Behaviour* (TPB) sebagai pengembangan dari model yang digunakan oleh Karami (2006) dan Dehbashi (2007). Metode pengumpulan data adalah metode survei. Sampel sebesar 86 individu merupakan pengguna *e-ticketing* di Bandara Udara Internasional Juanda Surabaya. Analisis dilakukan dengan menggunakan Software Smart PLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap dan kontrol perilaku persepsian berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem informasi *e-ticketing*. Sedangkan norma subjektif dan kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem informasi *e-ticketing*. Implikasi dari penelitian ini relevan bagi pihak manajemen perusahaan agar lebih memperhatikan faktor-faktor yang berpengaruh dalam mengembangkan transaksi pemesanan tiket melalui penggunaan sistem informasi *e-ticketing*.

Kata Kunci: Theory Of Planned Behaviour (TPB), e-ticketing, sikap, norma subjektif, kontrol perilaku persepsian, kepercayaan, keyakinan diri minat.

I. PENDAHULUAN

Dengan *internet* pelaku bisnis tidak lagi mengalami kesulitan dalam memperoleh informasi apapun untuk menunjang aktivitas bisnisnya. Penggunaan *internet* dalam bisnis berubah dari fungsi sebagai alat untuk pertukaran informasi secara elektronik menjadi alat untuk aplikasi strategi bisnis, seperti: pemasaran, penjualan, dan pelayanan pelanggan.

E-commerce adalah suatu proses membeli dan menjual produk-produk secara elektronik oleh pengguna dan dari perusahaan ke perusahaan dengan komputer sebagai perantara transaksi bisnis. Banyak perusahaan jasa maupun non jasa yang

menggunakan *e-commerce* dalam strategi meningkatkan usahanya, baik itu dalam industri perdagangan barang, perdagangan jasa, maupun industri penerbangan sekalipun. Kondisi ini membuat berbagai maskapai penerbangan perusahaan berusaha untuk terlibat dalam sistem berbasis teknologi *internet* untuk mempertahankan bisnis mereka.

Teknologi informasi yang membuahkan *internet* perlahan-lahan mulai menggeser budaya pembelian tiket pesawat dari cara tradisional menjadi lebih modern. Kondisi ini telah mengubah cara industri penerbangan dan perilaku pengguna dengan mengurangi biaya dan menyediakan saluran baru untuk dukungan komunikasi. Jumlah pembelanja *internet* melonjak pengguna di dunia pernah belanja lewat

internet. Bahkan didalam negeri kita sendiri, lebih dari separuh pengguna *online* pernah berbelanja via *internet*. Yang paling populer adalah membeli atau memesan tiket pesawat. Pembeli tiket pesawat secara *online* disebut dengan *e-ticketing*.

E-ticketing adalah suatu proses pemesanan kebutuhan penerbangan yang dapat dilakukan secara *online* dengan terhubung melalui *website* yang tersedia sehingga proses *e-commerce* berjalan seutuhnya. *E-ticketing* adalah salah satu layanan pertumbuhan yang paling cepat yang telah disediakan di *internet* penjualan maskapai penerbangan tiket *online* Perkembangan arus pemakaian *internet* meyebabkan sejumlah maskapai penerbangan mencoba menawarkan layanan melalui infrastruktur elektronik, khususnya melalui *web*, untuk mengurangi biaya mereka, memperluas pendapatan, menciptakan database yang dapat diandalkan dari pelanggan. Proses *e-ticketing* dapat mengurangi biaya pencetakan dan *mailing* tiket, pembayaran tenaga kerja yang terkait dengan pencetakan dan *customer service* untuk melayani panggilan *call center*, biaya pengiriman, dan juga pelayanan sehingga dapat menekan harga jual tiket. Efisiensi dana dan waktu melalui sistem *e-ticketing* menyebabkan minimalisasi biaya operasional perusahaan termasuk biaya produksi, sehingga dapat lebih memaksimalkan pendapatan yang nantinya akan berdampak pada perolehan laba perusahaan.

Penjualan lewat dunia maya sangat berbeda dari penjualan di pasar fisik, dan memerlukan pemahaman kritis terhadap perilaku pengguna dan bagaimana membuat suatu perubahan teknologi dari asumsi tradisional menjadi model teori konvensional. Meskipun maskapai penerbangan telah membuat kemajuan nyata dengan sistem *e-ticketing* tetapi masih terdapat perbedaan pendapat yang signifikan yang menunjukkan kurangnya pemahaman yang baik tentang faktor yang mempengaruhi keputusan pengguna untuk membeli dari *web*. Masih banyak pelanggan yang masih asing mendengar istilah sistem *e-ticketing*, bahkan masih ada yang belum pernah menggunakan sistem *e-ticketing*. Pengguna juga memiliki kekhawatiran mengenai jaminan keamanan atas kode kartu kredit dan rekening atm yang diberikan saat pembelian *online*. Selain itu kekhawatiran juga disebabkan karena tidak semua orang mengerti tentang *internet* dalam arti belum bisa mengoperasikan *internet* itu sendiri dan tidak semua orang mengetahui bagaimana cara memesan tiket secara *online*,

padahal penggunaan sistem *e-ticketing* sendiri harus dilakukan melalui *internet*.

Dalam lingkup *e-commerce*, minat menunjuk pada kemauan untuk melakukan pembelian secara *online*, Peneliti ingin memfokuskan pada isu mengapa seseorang menerima atau enggan menggunakan sistem *e-ticketing*. Studi dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor apa yang berpengaruh terhadap minat seseorang menggunakan sistem *e-ticketing*. Alasan peneliti fokus pada studi ini dikarenakan terdapat beberapa fenomena yang menunjukkan adanya kekurangpahaman baik dari perusahaan dalam menciptakan sistem *e-ticketing* maupun kekurang pahaman pelanggan dalam membeli menggunakan sistem *e-ticketing*. Studi ini berusaha menjelaskan faktor-faktor apa yang berpengaruh terhadap minat pelanggan dalam penerimaan sistem *e-ticketing*.

Peneliti melakukan penelitian di Indonesia khususnya kepada penumpang pesawat di Bandara Udara Internasional Juanda Surabaya. Pemilihan fokus penelitian di kawasan bandara udara dikarenakan terdapat banyaknya penumpang dan wisatawan yang menggunakan jasa maskapai penerbangan untuk melakukan penerbangan baik dalam wilayah domestik maupun internasional. Peneliti juga ingin membandingkan hasil yang nantinya diperoleh antara penelitian sebelumnya dengan yang diteliti oleh peneliti. Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : 1) Apakah persepsi sikap berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem informasi *e-ticketing*?, 2) Apakah persepsi norma subjektif berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem informasi *e-ticketing*?, 3) Apakah kontrol perilaku persepsian berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem informasi *e-ticketing*?, 4) Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem informasi *e-ticketing*?, 5) Apakah keyakinan diri berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem informasi *e-ticketing*?

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Teknologi Informasi

Sistem Informasi Akuntansi (SIA) merupakan suatu kerangka pengkoordinasian sumber data untuk mengkonversi input berupa data ekonomik menjadi keluaran berupa informasi keuangan yang digunakan untuk melaksanakan kegiatan suatu entitas dan menyediakan informasi

akuntansi bagi pihak-pihak yang berkepentingan (Wilkinson, 2000). Menurut Romney & Steinbart (2000) sistem informasi akuntansi adalah serangkaian dari satu atau lebih komponen yang saling berelasi dan berinteraksi untuk mencapai suatu tujuan, yang terdiri dari pelaku, serangkaian prosedur, dan teknologi informasi. Romney dan Steinbart (2004) berpendapat bahwa terdapat tiga faktor yang mempengaruhi desain sistem informasi akuntansi, yaitu perkembangan teknologi informasi (TI), strategi organisasi dan budaya perusahaan. Menurut O'Brien (2003) dalam Sugiri dan Fatoni (2004) teknologi informasi memiliki peranan yang sangat penting karena dapat mendukung proses dan operasi bisnisnya, pengambilan keputusan, dan strategi peningkatan *competitive advantage*. Wilkinson *et al.* (2000) menyatakan bahwa teknologi informasi bisa memberikan informasi yang dibutuhkan untuk pengambilan keputusan sehingga organisasi dapat mengambil keuntungan dan kesempatan dengan menggunakan informasi tersebut. Wayan (2011) berpendapat sistem informasi akuntansi berbasis teknologi adalah sistem informasi akuntansi yang sudah menggunakan teknologi komputer dalam pemrosesan transaksi. Artha (2011) menyebutkan bahwa sistem informasi akuntansi berbasis teknologi merupakan suatu sistem yang dapat membantu untuk membuat, mengubah, menyimpan, mengkomunikasikan dan menyebarkan informasi yang berkenaan dengan akuntansi.

2.2 E-ticketing

Tiket Elektronik (dalam Bahasa Inggris sering disebut *e-ticket*) sebuah tiket dalam bentuk digital. *E-ticketing* atau *electronic ticketing* adalah suatu cara untuk mendokumentasikan proses penjualan dari aktifitas perjalanan pelanggan tanpa harus mengeluarkan dokumen berharga secara fisik ataupun paper tiket. Menurut Silva (2008) dalam sebuah web, survey IATA (*International Air Transportation Association*) menyebutkan pada tahun 2007, penetrasi penggunaan *e-ticket* di seluruh perusahaan penerbangan (*airline*) mencapai angka 90%. Di Amerika Serikat, angka penetrasi penggunaan *e-ticket* mencapai 97%. Di Indonesia sendiri mencapai angka 80%. Survey lain oleh IATA bahkan menyebutkan bahwa 88% *traveler* lebih memilih menggunakan *e-ticket* untuk perjalanan mereka karena kelebihan yang dimiliki *e-ticket*.

Dalam sebuah sistem di maskapai penerbangan, *E-ticket* adalah salah satu bentuk pelayanan jasa penerbangan dalam melayani calon penumpang untuk menggunakan pesawatnya dalam

bepergian dengan cara cepat dan akurat. Bentuk *e-ticket* sangat sederhana. Apabila dibandingkan dengan bentuk tiket biasa yang seperti kupon dengan jumlah halaman lebih kurang 4 s/d 6 halaman atau tergantung kondisi tujuan penumpang yg menggunakan jasa penerbangan, semakin sering transit dan *check in* maka akan semakin banyak halamannya.

Melihat dari sisi maskapai penerbangan, sistem *e-ticketing* berpeluang untuk meminimalkan biaya dan mengoptimalkan kenyamanan penumpang. *E-ticketing* mengurangi biaya proses tiket, menghilangkan formulir kertas dan meningkatkan fleksibilitas penumpang dan agen perjalanan (www.iata.org).

2.3 Theory Of Planned Behaviour (TPB)

Theory planned behaviour (TPB) yang merupakan pengembangan lebih lanjut dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). *The theory of planned behavior* (TPB) memiliki kelebihan dari teori pendahulunya *Theory of Reasoned Action* (TRA) yaitu kemampuan teori perilaku perencanaan dalam menganalisis suatu situasi di saat individu-individu tidak memiliki kontrol sendiri terhadap apa yang mereka lakukan. Dalam kondisi tidak mempunyai kontrol sendiri terhadap sumber-sumber daya yang mereka perlukan, pengetahuan, dan kesempatan yang mereka peroleh, teori ini mampu menganalisis kondisi ini dibanding teori tindakan beralasan. Inti dari *The theory of planned behavior* (TPB) adalah minat individu untuk melakukan perilaku tertentu. Dalam konteks pengadopsian sistem informasi, model teori tindakan beralasan ini memiliki keterbatasan. Keterbatasan teori ini diungkapkan Jogiyanto (2007) yaitu hanya dimaksudkan untuk menjelaskan perilaku-perilaku yang akan dikerjakan secara sukarela, tidak untuk perilaku-perilaku yang diwajibkan.

2.4 Minat

Minat untuk menggunakan sistem merupakan indikator yang layak untuk mengukur penggunaan sistem dimasa datang (Jackson *et al.*, 1997). Minat diartikan sebagai kehendak, keinginan atau kesukaan (Kamisa, 1997). Minat adalah sesuatu yang pribadi dan berhubungan erat dengan sikap. Minat dan sikap merupakan dasar bagi prasangka, dan minat juga penting dalam mengambil keputusan. Minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih

2.5 Sikap

Sikap terhadap perilaku didefinisikan oleh

Davis *et al.* (1989) sebagai perasaan positif atau negatif seseorang jika harus melakukan perilaku yang akan ditentukan. Sikap didefinisikan sebagai tingkat evaluasi diri saat seseorang merasa menguntungkan atau tidak menguntungkan saat penilaian terhadap perilaku yang dimaksud (Ajzen, 1991). George (2004) menunjukkan bahwa persepsi sikap mempunyai pengaruh positif terhadap minat diadopsinya sistem *e-ticketing*. Penelitian tersebut konsisten dengan penelitian penelitian yang dilakukan oleh Abadi dan Gharibpoor (2012) yang meneliti tentang sikap dan minat pengguna untuk menggunakan *e-service*.

H1: Sikap berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem informasi *e-ticketing*. Norma Subjektif

Norma-norma subjektif didefinisikan sebagai persepsi atau pandangan seseorang terhadap kepercayaan-kepercayaan orang lain yang akan mempengaruhi minat untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan (Jogiyanto, 2007).

Dengan menggunakan *The Theory of Planned Behaviour* (TPB), norma subjektif didefinisikan sebagai tekanan sosial individu melakukan atau tidak melakukan perilaku (Ajzen, 1991).

Norma subjektif menurut Havelka (2004) adalah persepsi seseorang mengenai tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku mengenai hubungan yang penting.

Karami (2006) menunjukkan bahwa faktor yang paling penting yang mempengaruhi adopsi tiket *online* adalah norma subjektif. Pengaruh norma subjektif terhadap minat itu bahkan lebih kuat daripada pengaruh kontrol perilaku yang dirasakan, kepercayaan, dan sikap pada minat. Denbashi (2007) menyebutkan bahwa norma subjektif berpengaruh sebagai efek sosial yang memiliki dampak signifikan terhadap minat untuk menggunakan *etiketing*. Tetapi hasil penelitian tersebut berbeda dengan penelitian yang ditunjukkan oleh George (2004) dan Lin (2005) yang menunjukkan hubungan yang tidak signifikan antara norma subjektif terhadap minat pembelian secara online. Sedangkan penelitian yang dilakukan Manzari (2008) menunjukkan adanya hubungan positif antara norma subjektif (*subjective norm*) terhadap minat menggunakan sistem reservasi *online*. Berdasarkan studi yang telah diuraikan tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H2: Norma subjektif (*Subjective Norm*)

berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem informasi *e-ticketing*

2.6 Kontrol Perilaku Persepsian

Kontrol perilaku persepsian didefinisikan oleh Ajzen (1991) sebagai kemudahan atau kesulitan persepsian untuk melakukan perilaku. Pengaruh kontrol perilaku yang dirasakan terhadap minat untuk berbelanja *online* dan perilaku belanja yang sebenarnya telah banyak dipertimbangkan dalam bidang konsumen *online* perilaku. Hasil penelitian Manzari (2008) menunjukkan bahwa kontrol perilaku persepsian berpengaruh secara signifikan terhadap minat digunakannya sistem *e-ticketing*. Hasil penelitian tersebut mendukung penelitian George (2004) yang meneliti tentang hubungan antara *theory of planned behaviour* (TPB) dan pembelian melalui *internet*.

Hasil penelitian Karami (2006) mengenai penemuan kontrol perilaku yang dirasakan menjadi hal penting lainnya dalam mempengaruhi persepsi minat pengguna membeli tiket *online*. Hal ini tidak sependapat dengan hasil penelitian Denbashi (2007) yang menyebutkan kontrol perilaku (kondisi *Self-efficacy* dan fasilitator) belum berdampak signifikan terhadap minat dalam menggunakan *e-tiket*. Penelitian Arini (2010) menunjukkan bahwa kontrol perilaku persepsian berpengaruh positif terhadap minat penggunaan sistem *e-ticketing*. Berdasarkan studi yang telah diuraikan tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3: Kontrol perilaku persepsian (*Perceived Behavioral Control*) berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem informasi *e-ticketing*.

2.7 Kepercayaan

Kepercayaan mengacu pada keyakinan seseorang dalam harapan mengunggulkannya dari apa yang orang lain akan lakukan, berbasis, dalam banyak kasus, interaksi sebelumnya (Gefen, 2000). Kepercayaan adalah suatu faktor kritis dalam stimulant transaksi secara *online*. Banyak konsumen tidak cukup mempercayai situs yang ada untuk memberikan informasi pribadi mereka, dalam rangka melakukan transaksi (Hoffman *et al.*, 1999).

Dehbashi (2007) menemukan adanya hubungan yang tidak signifikan antara kepercayaan di *website* dan minat untuk menggunakan *e-ticket*. Karami (2006) yang membuktikan tentang adanya pengaruh *trust* pelanggan terhadap minat pengguna sesuai dengan hasil penelitiannya yang menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara kepercayaan dengan kedua sikap dan minat. Penelitian Zaelani *et*

al. (2008) mendukung penelitian Dehbashi (2007) yang menunjukkan adanya hubungan tidak signifikan antara kepercayaan dan minat penggunaan tiket *online*. Sedangkan penelitian Sulaiman *et al.* (2006) mengenai penggunaan *trend e-ticketing* di Malaysia menunjukkan bahwa faktor kepercayaan berpengaruh terhadap minat pengguna dalam membeli tiket *online*. Hasil penelitian tersebut konsisten dengan hasil penelitian Duraisamy (2008) yang menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan sistem *e-ticketing*.

Berdasarkan studi yang telah diuraikan tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H4: Kepercayaan (Trust) berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem informasi e-ticketing

2.8 Keyakinan Diri

Keyakinan sendiri (*self efficacy*) merupakan kepercayaan yang dimiliki seseorang mengenai kemampuannya melakukan perilaku tertentu. Dalam teori kognitif sosial (Bandura, 1997) *self-efficacy* adalah bentuk evaluasi diri yang mempengaruhi keputusan tentang perilaku apa untuk melakukan itu, jumlah usaha dan ketekunan dikemukakan ketika dihadapkan dengan rintangan, dan akhirnya, penguasaan perilaku. Penelitian Tan dan Teo (2000) menunjukkan bahwa kepercayaan diri mempunyai pengaruh positif terhadap minat perilaku. Hasil penelitian tersebut mendukung penelitian Hsu dan Chiu (2004) mengenai konstruk keyakinan diri (*self efficacy*). Hasil penelitian Hsu dan Chiu (2004) menunjukkan adanya hubungan signifikan antara keyakinan diri terhadap minat perilaku penggunaan *web*. Penelitian Robert dan Matthew (2002) juga menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara keyakinan diri terhadap minat penggunaan internet walaupun bukan faktor yang terlalu kuat yang menentukan minat penggunaannya internet. Berdasarkan studi yang telah diuraikan tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H5: Keyakinan diri (self efficacy) berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem informasi e-ticketing

III. METODA PENELITIAN

Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah penumpang pesawat kawasan Bandara Udara Internasional Juanda Surabaya baik yang akan melakukan penerbangan ataupun yang telah

melakukan penerbangan dalam rute domestik maupun internasional yang pernah menggunakan sistem *e-ticketing*. Dipilihnya penumpang pesawat kawasan Bandara Udara Internasional Juanda Surabaya sebagai populasi dikarenakan penumpang tersebut berpotensi sebagai wisatawan yang sering melakukan penerbangan dan pernah menggunakan sistem *e-ticketing*. Jumlah penumpang di kawasan Bandara Udara Internasional Juanda Surabaya juga lebih banyak dan lebih memungkinkan untuk dijadikan populasi dibandingkan penumpang yang ditemui secara tersebar. Penumpang di kawasan Bandara Udara Internasional Juanda Surabaya merupakan konsumen yang berpengaruh terhadap keberadaan layanan *e-ticketing*. Dipilihnya kawasan Bandara Udara Internasional Juanda Surabaya juga dikarenakan pertimbangan lokasi yang berdekatan dengan tempat tinggal peneliti serta adanya keterbatasan waktu dan biaya dari pihak peneliti.

Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti. Oleh sebab itu, peneliti melakukan suatu cara dalam penentuan jumlah sampel yaitu dengan mengambil 30 – 500 responden dengan cara menyebar 230 kuesioner. Untuk penentuan jumlah sampel disesuaikan dengan pendapat Sekaran (2006) yang menyatakan bahwa jumlah sampel untuk penelitian korelasional adalah lebih besar dari 30 dan lebih kecil dari 500 sampel. Harapan kuesioner yang kembali adalah 50% dari jumlah kuesioner yang disebar. Alasan peneliti mengambil jumlah tersebut dikarenakan peneliti meyakini bahwa peneliti dapat menjangkau koresponden.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* menurut Sugiyono (2008) adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan peneliti adalah dengan cara melakukan pertimbangan berdasarkan kriteria yang ditetapkan oleh peneliti. Kriteria yang ditetapkan peneliti adalah penumpang yang pernah menggunakan sistem *e-ticketing*. Hal tersebut dikarenakan pengetahuan pengguna dalam menggunakan sistem *e-ticketing* sebelumnya dapat menunjukkan minat pengguna terhadap penggunaan sistem *e-ticketing*. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey*. *Survey* adalah metode pengumpulan data primer dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden individu (Jogiyanto, 2008). Dari metode *survey* yang menggunakan kuesioner ini akan dihasilkan data yang disebut data primer. Data primer di dalam

penelitian ini diperoleh dengan cara mengirimkan kuesioner yang telah disusun sebelumnya untuk diisi oleh responden. Penelitian ini menggunakan data primer yang bersumber dari respon individu dalam bentuk kuesioner.

Penelitian ini menggunakan dua jenis variabel yaitu variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah variabel minat. Variabel independen yang pertama dalam penelitian ini adalah sikap, norma subjektif, kontrol perilaku persepsian, kepercayaan, dan keyakinan diri. Pengukuran indikator variabel menggunakan skala likert tujuh poin. Variabel sikap diukur menggunakan elemen variabel sikap berdasarkan konsep Karami (2006). Variabel norma subjektif diukur menggunakan elemen variabel norma subjektif berdasarkan konsep Jogiyanto (2007). Variabel kontrol perilaku persepsian diukur menggunakan elemen variabel kontrol perilaku persepsian berdasarkan konsep Ajzen (1991) serta Taylor dan Todd (1995) dalam Jogiyanto (2007). Variabel independen keempat, kepercayaan (*trust*) diukur dengan menggunakan konsep Karami (2006). Dan variabel kelima yaitu keyakinan diri diukur dengan menggunakan elemen variabel kontrol perilaku persepsian berdasarkan konsep Karami (2006).

Dalam kegiatan pengumpulan data, peneliti melakukan beberapa langkah. Pertama, peneliti menyebar kuesioner dengan dua cara, yaitu secara langsung dan melalui *e-mail*. Penyebaran kuisisioner melalui *e-mail* ditujukan pada penumpang di kawasan Bandara Udara Internasional Juanda Surabaya yang tidak dapat secara langsung mengisi kuisisioner di tempat. Untuk penyebaran secara langsung, peneliti tidak perlu mencari cara untuk meningkatkan *respon rate* responden, karena peneliti menunggu responden melakukan pengisian kuesioner dan

kuesioner dapat langsung diambil kembali oleh peneliti.

Pengujian hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini menggunakan bantuan *Partial Least Squares* (PLS) yang merupakan statistika multivariate yang melakukan perbandingan antara variabel dependen berganda dan variabel independen berganda (Jogiyanto dan Abdillah, 2009). Untuk menganalisis penelitian ini digunakan beberapa pengujian hipotesis dengan menggunakan *Partial Least Square* (PLS), yaitu: Evaluasi outer model (Model Pengukuran) yang terdiri dari uji validitas variabel (validitas konvergen dan validitas diskriminan), uji reabilitas dengan menggunakan metode cronbach's alpha dan composite reliability, Evaluasi inner model (Model Struktural) yang menggunakan R^2 , dan Menggunakan nilai koefisien *path* atau *t-values* tiap path untuk uji signifikansi antar variabel dalam model struktural.

IV. HASIL ANALISA

4.1 Analisis Data dan Hasil Penelitian

Seperti yang telah disebutkan di bagian sebelumnya, penelitian ini menggunakan metode *survey* yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada penumpang pesawat kawasan Bandara Udara Internasional Juanda Surabaya baik yang akan melakukan penerbangan ataupun yang telah melakukan penerbangan dalam rute domestik maupun internasional yang pernah menggunakan sistem *e-ticketing*. Pengumpulan data dilakukan peneliti kurang lebih selama dua minggu dengan menyebarkan kuesioner penelitian secara langsung dan melalui email. Berikut adalah rincian hasil pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti.

Tabel 1
Sampel dan Tingkat Pengembalian

Jumlah kuesioner disebar	230
Jumlah kuesioner yang tidak kembali	8
Kuesioner yang kembali	222
Kuesioner yang digugurkan	136
Kuesioner yang digunakan	86
Tingkat pengembalian (<i>respon rate</i>)	96,5%

Tingkat pengembalian yang digunakan (<i>usable respon rate</i>)	37,4%
---	-------

Sumber : Data Primer (diolah)

Selanjutnya, gambaran profil responden pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 2 berikut.

Tabel 2. Demografi Responden

1	Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase
	Laki-laki	53	61,63
	Perempuan	33	38,37
2	Usia		
	<20tahun	9	10,47
	20-30tahun	37	43,02
	31-40 tahun	21	24,42
	>40 tahun	19	22,09
3	Pendapatan perBulan		
	<Rp3juta	28	32,56
	Rp 3-5 juta	22	25,58
	Rp 6-8 juta	14	16,28
	Rp 9-11 juta	12	13,95
	> Rp 11juta	10	11,63
4	Tingkat Pendidikan Akhir		
	SMP	0	0
	SMA	12	13,95
	S1	63	73,26
	>S1	11	12,79
5	Pengalaman Menggunakan Jasa Penerbangan		
	1x	1	1,16
	2-3x	11	12,79
	3-5x	16	18,60
	>5x	58	67,44
6	Pengetahuan Sistem E-ticketing Sebelumnya		
	VA	82	95,35
	TIDAK	4	4,65
7	Tingkat Penggunaan Internet		
	Va	84	97,67
	Tidak	2	2,33
8	Pengalaman Menggunakan Internet		
	< 1tahun	2	2,33
	1-3 tahun	3	3,49
	> 3tahun	81	94,19
9	Lama Waktu Penggunaan Internet dalam Sehari		
	<1 jam	6	6,98
	1-3 jam	25	29,07
	> 3jam	55	63,95

Sumber: Data Primer (diolah)

Berdasarkan tabel 2 diketahui bahwa, jumlah responden laki-laki lebih banyak

daripadaperempuan. Rata-rata responden berusia 20-30 tahun lulusan S1 yang memiliki pendapatan perbulan < Rp 3 juta. Mayoritas responden mengetahui sistem e-ticketing sebelumnya dengan mayoritas menggunakan jasa penerbangan sebanyak > 5x. Responden yang mengetahui adanya sistem e-ticketing tersebut rata-rata berpengalaman menggunakan internet > 3 tahun dan lama penggunaan internet adalah > 3 jam dalam sehari.

Setelah melakukan pengujian statistik deskriptif, hal yang dilakukan selanjutnya adalah menguji validitas dan reliabilitas data. Hasil pengumpulan data dari responden perlu diuji untuk menguji kesahihan dan keandalan data dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian.

Dalam uji reabilitas dapat dilakukan dengan dua metode yaitu nilai *Cronbach's Alpha* yang nilainya harus > 0,6 dan nilai *Composite Relability* yang harus > 0,7. Berdasarkan tabel Alogaritma terdapat satu variabel pada variabel keyakinan diri yang memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang kurang dari 0,6 dan dianggap tidak *reliable*. Berdasarkan hal tersebut, peneliti melakukan pengolahan data ulang dengan menghapuskan indikator yang tidak memenuhi kriteria *Cronbach's Alpha*. Peneliti menghapuskan variabel keyakinan diri karena variabel tersebut memiliki nilai < 0,6 dan dianggap tidak *reliable*. Hasil dari pengolahan data yang baru dapat dilihat pada Tabel Alogaritma(II).

Tabel Path Coefficients(Mean, STDEV, T Statistic)

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STERR)
ATT -> BI	0,446774	2,38605
PCB -> BI	0,236091	2,103502
SN -> BI	0,293856	1,7278
T -> BI	-0,096449	0,689108

Sumber : Data Primer (diolah)

Keterangan: ATT: sikap, BI : minat, PCB: kontrol perilaku persepsian, SN: norma subjektif, T: kepercayaan

Selanjutnya dari

persamaan diatas dapat dijelaskan bahwa : 1.

Hipotesis 1

Hipotesis 1 menyatakan bahwa konstruk persepsi sikap (*attitude*) berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem informasi e-ticketing. Dari tabel 4.16 dapat dilihat bahwa nilai statistik T (*T-Statistic*) dari konstruk ini terhadap minat penggunaan sistem informasi e-ticketing adalah sebesar 2,31 61 77 atau $\geq 1,96$, menunjukkan bahwa persepsi sikap (*attitude*) berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem informasi e-ticketing. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa **Hipotesis 1 didukung**. Hasil ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh George (2004), Karami (2006), Dehbashi (2007), dan Abadi dan Gharibpoor (2012). Hasil penelitian saat ini menunjukkan persepsi sikap (*attitude*) yang paling signifikan mempengaruhi minat penggunaan sistem informasi e-ticketing. Hasil penelitian yang dilakukan Dehbashi (2007) juga menunjukkan adanya hubungan positif yang kuat antara sikap dengan minat penggunaan sistem e-ticketing. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengaruh sikap terhadap minat penggunaan sistem informasi e-ticketing adalah kuat.

2. Hipotesis 2

Hipotesis 2 menyatakan bahwa konstruk persepsi norma subjektif (*subjective norm*) berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem informasi e-ticketing. Dari tabel 4.16 dapat dilihat bahwa nilai statistik T (*T-Statistic*) dari konstruk persepsi norma subjektif (*subjective norm*) berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem informasi e-ticketing adalah sebesar 1,71875 atau $\leq 1,96$, menunjukkan bahwa persepsi norma subjektif (*subjective norm*) tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem informasi e-ticketing. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa

Hipotesis 2 tidak didukung. Hasil ini tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Karami (2006), Dehbashi (2007), dan Manzari (2008), namun konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh George (2004) dan Lin (2005). Peneliti menduga ketidakonsistenan hasil penelitian ini dapat disebabkan karena norma subjektif bukan merupakan faktor utama dalam menentukan minat seseorang dalam menggunakan sistem ini. Peneliti menduga hal ini disebabkan karena adanya mayoritas *gender*. George (2004) dan Lin (2005) sebagian besar respondennya adalah laki-laki, hal itu memiliki

kesamaan dengan penelitian saat ini. Laki-laki lebih cenderung memiliki sikap yang tidak mudah terpengaruh dibandingkan perempuan sehingga pernyataan-pernyataan dari orang-orang di sekitarnya tidak mempengaruhi minatnya dalam menggunakan sistem *e-ticketing*. Hal ini didukung dengan hasil penelitian Miller (1976) dan Venkates *et al.* (2000) yang menyatakan bahwa perempuan cenderung lebih sensitif terhadap pendapat orang lain, sehingga pengaruh sosial berdampak signifikan terhadap minat menggunakan teknologi baru. Selain itu laki-laki memiliki perkiraan lebih tinggi mengenai seberapa baik mereka mampu mengerjakan sebuah tugas baru, sementara wanita memiliki perkiraan yang lebih rendah mengenai perilakunya (Beyer dan Bowden, 1997). Sehingga dapat disimpulkan bahwa orang-orang terdekatnya tidak berpengaruh dalam keputusannya dalam melakukan sistem *e-ticketing*.

Perbedaan selanjutnya dapat diduga peneliti dikarenakan adanya perbedaan responden yang diteliti. Pengguna yang belum berpengalaman diartikan sebagai seseorang yang tidak memiliki pengetahuan tentang sistem tersebut sehingga belum pernah menggunakannya, atau dapat diartikan sebagai seseorang yang memiliki pengetahuan tentang sistem tersebut tetapi belum pernah menggunakannya. Locke (1997) berpendapat bahwa seluruh pengetahuan didirikan pada pengalaman kita. Hal tersebut didukung oleh Berkerly dan Hume dalam Locke (1997) yang menyatakan bentuk empiris menekankan bahwa pengetahuan didasarkan pada pengalaman dan tidak ditentukan oleh prinsip-prinsip bawaan pikiran. Seseorang yang belum berpengalaman akan lebih mudah dipengaruhi oleh orang-orang terdekat disekitarnya, terutama oleh keluarga dan teman-teman. Sehingga apabila orang-orang terdekatnya melakukan sesuatu hal yang baru, mereka yang belum berpengalaman akan cenderung tertarik dan mengikutinya. Berbeda dengan seseorang yang sudah berpengalaman dalam melakukan sesuatu. Seseorang yang sudah berpengalaman berarti memiliki pengetahuan lebih tentang sistem yang digunakan, sehingga kemungkinan mereka menggunakan sistem *e-ticketing* atas kehendak dirinya sendiri. Ajakan serta pengaruh dari keluarga, teman, serta orang-orang terdekatnya tidak mempengaruhi minat seseorang yang sudah berpengalaman untuk menggunakan sistem *e-ticketing*.

3. Hipotesis 3

Hipotesis 3 menyatakan bahwa konstruk kontrol perilaku persepsian (*perceived*

behavioral control) berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem informasi *e-ticketing*. Dari tabel 4.16 dapat dilihat bahwa nilai statistik T (*T-Statistic*) dari konstruk kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*) terhadap minat penggunaan sistem informasi *e-ticketing* adalah sebesar 2,044172 atau $\geq 1,96$, menunjukkan bahwa kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*) berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem informasi *e-ticketing*. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa **Hipotesis 3 didukung**. Hasil ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh George (2004), Karami (2006), Manzari (2008), dan Arini (2010). Hasil penelitian saat ini yang konsisten dengan penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan bahwa minat seseorang dalam menggunakan sistem informasi *e-ticketing* tergantung dari kemampuan seseorang untuk dapat mengontrol faktor-faktor yang mempengaruhi perilakunya. Berapapun usia seseorang, hambatan pengetahuan ataupun sumberdaya yang dimiliki dapat mempengaruhi minat untuk menggunakan sistem informasi *e-ticketing*.

4. Hipotesis 4

Hipotesis 4 menyatakan bahwa faktor kepercayaan (*Trust*) berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem informasi *e-ticketing*. Dari tabel 4.16 dapat dilihat bahwa nilai statistik T (*T-Statistic*) dari konstruk persepsi sikap terhadap sikap penggunaan *internet banking* adalah sebesar 0,654408 atau $\leq 1,96$, menunjukkan bahwa faktor kepercayaan (*Trust*) tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem *e-ticketing*. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa **Hipotesis 4 tidak didukung**. Hasil ini tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Karami (2006), dan Sulaiman *et al.* (2006), namun konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Dehbashi (2007) serta penelitian dari Zailani *et al.* (2008).

Ketidak konsistenan hasil penelitian ini dengan sebagian besar penelitian sebelumnya diduga karena beberapa hal. *Pertama*, perbedaan hasil penelitian dengan penelitian terdahulu diduga disebabkan karena adanya perbedaan waktu. Pengaruh perkembangan teknologi komunikasi dari masa ke masa menunjukkan trend yang semakin berkembang. Banyak hal-hal baru terjadi seiring dengan berkembangnya teknologi. Para penguasa media, mampu membentuk isu dan kepercayaan yang sifatnya sangat massal dengan cara yang begitu mudah. (www.komunikasi.us). Pemikiran seseorang akan berubah seiring dengan waktu dan perkembangan

teknologi informasi yang cepat, sehingga jika seseorang dulunya memiliki tingkat kepercayaan yang kurang terhadap penggunaan *internet* maupun sistem *e-ticketing*, sekarang pemikiran tersebut berubah menjadi tingkat kepercayaan yang lebih tinggi dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Adanya trend yang semakin berkembang membuat masyarakat terbiasa dalam penggunaan internet, sehingga sekarang banyak masyarakat melakukan pembelian menggunakan jasa internet termasuk dalam menggunakan sistem *e-ticketing*. Sehingga masyarakat sekarang cenderung terbiasa dalam *trend* penggunaan sistem *e-ticketing* dan tidak begitu memperdulikan keamanan dalam penggunaannya. *Kedua*, adanya perbedaan usia antara penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu.

Hasil penelitian Sulaiman (2006) menunjukkan mayoritas pengguna internet terdiri dari individu berumur 26-53 tahun, berbeda dengan penelitian saat ini yang mayoritas pengguna *e-ticket* berumur 20-30 tahun yang didukung oleh penelitian Dehbashi (2007) yang mayoritas respondennya berumur 21-30 tahun. Peneliti menduga adanya perbedaan usia

Tabel Alogaritma (I)

Keterangan: ATT: sikap, BI : minat, PBC: kontrol perilaku persepsian, SE: keyakinan diri, SN: norma subjektif, T: kepercayaan

Tabel Outer Loading

	ATT	BI	PBC	SE	SN	T
ATT 1	0,971117					
ATT 2	0,973607					
BI 1		0,902746				
BI 2		0,883499				
PCB 1			0,605345			
PCB 2			0,764959			
PCB 3			0,828414			
PCB 4			0,851623			
SE 1				0,764285		
SE 2				0,801784		
SN 1					0,760247	
SN 2					0,92184	
T 1						0,889385
T 2						0,69696
T 3						0,829597

Sumber : Data Primer (diolah)

Keterangan: ATT: sikap, BI : minat, PBC: kontrol perilaku persepsian, SE: keyakinan diri, SN:

menyebabkan

adanya perbedaan tingkat kepercayaan seseorang mengenai suatu hal yang baru. Seseorang yang berumur lebih tua lebih sering mengkhawatirkan penggunaan hal-hal baru seperti penggunaan teknologi informasi, serta cenderung untuk percaya akan sesuatu hal terlebih dahulu sebelum melanjutkan pemakaiannya. Berbeda dengan seseorang yang berumur lebih muda yang cenderung lebih suka mencoba hal-hal baru, dan menjadikan transaksi melalui *internet* seperti *e-ticketing* sebagai *trend* atau gaya hidup mereka sehari-hari. Menurut APJII dalam sebuah web, para pengguna *internet* di bawah usia 34 tahun adalah *digital natives* yaitu generasi yang lahir dan hidup dalam era *internet* yang serba terdigitalisasi dan terkoneksi sehingga dalam penggunaannya mereka tidak terlalu memperhatikan faktor-faktor keamanan dalam melakukan transaksi menggunakan internet. Hal tersebutlah yang membuat kepercayaan seseorang yang berumur lebih muda tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem informasi *e-ticketing*.

Hasil Analisa Hipotesa :

norma subjektif, T: kepercayaan

Tabel Cross Loading

	ATT	BI	PBC	SE	SN	T
ATT 1	0,971117	0,658601	0,466816	0,475296	0,517386	0,208161
ATT 2	0,973607	0,688544	0,485325	0,429156	0,489196	0,220842
BI 1	0,648062	0,902746	0,412342	0,331136	0,578046	0,1816
BI 2	0,587884	0,883499	0,530449	0,435252	0,4425	0,271123
PCB 1	0,258154	0,265409	0,605345	0,313782	0,344142	0,353995
PCB 2	0,349735	0,389191	0,764959	0,325011	0,234697	0,303787
PCB 3	0,385218	0,412477	0,828414	0,432336	0,239187	0,333875
PCB 4	0,473584	0,50223	0,851623	0,530655	0,409205	0,492998
SE 1	0,330647	0,320992	0,456638	0,764285	0,498171	0,767296
SE 2	0,395067	0,346379	0,381933	0,801784	0,155538	0,174098
SN 1	0,336125	0,347545	0,322357	0,370702	0,760247	0,506447
SN 2	0,510908	0,582553	0,353069	0,341002	0,92184	0,325047
T 1	0,218236	0,231356	0,457408	0,52717	0,490477	0,889385
T 2	0,107434	0,137134	0,273985	0,387209	0,209894	0,69696
T 3	0,188915	0,223458	0,418262	0,493341	0,35662	0,829597

Sumber : Data Primer (diolah)

Keterangan: ATT: sikap, BI : minat, PBC: kontrol perilaku persepsian, SE: keyakinan diri, SN: norma subjektif, T: kepercayaan

Tabel Alogaritma (II)

	AVE	Composite Reliability	R Square	Cronbachs Alpha	Communality	Redundancy
ATT	0,945489	0,971981		0,942375	0,945489	
BI	0,797713	0,887462	0,578144	0,746919	0,797713	0,334203
PBC	0,590784	0,850397		0,766525	0,590784	
SN	0,71382	0,831727		0,619783	0,71382	
T	0,655012	0,849394		0,739359	0,655012	

Sumber : Data Primer (diolah)

Keterangan: ATT: sikap, BI : minat, PBC: kontrol perilaku persepsian, SE: keyakinan diri, SN: norma subjektif, T: kepercayaan

V. KESIMPULAN

Studi ini mengambil konteks pengaruh sistem informasi *e-ticketing* pada maskapai penerbangan dengan mengambil objek studi pada penumpang pesawat di Bandara Udara Internasional Juanda Surabaya. *E-ticket* adalah salah satu bentuk pelayanan jasa penerbangan dalam melayani calon penumpang untuk menggunakan pesawat-nya dalam bepergian dengan cara cepat dan akurat melalui media elektronik. *E-ticketing* dapat mendokumentasikan proses penjualan dari aktifitas perjalanan pelanggan tanpa harus mengeluarkan dokumen berharga secara fisik ataupun paper tiket. Studi ini menguji konstruk *Theory of Planned Behaviour* (TPB) dengan menggunakan sikap, norma subjektif, kontrol perilaku persepsian, dan keyakinan diri sebagai variabelnya. Dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB), minat dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku persepsian.

Hasil pada penelitian menunjukkan bahwa minat dipengaruhi oleh sikap (*attitude*) kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*). Kedua variabel tersebut menunjukkan adanya hubungan positif antara kontrol perilaku persepsian dan sikap terhadap minat penggunaan sistem *e-ticketing*. Dalam penelitian ini sikap mempunyai pengaruh yang paling besar terhadap minat penggunaan sistem *e-ticketing*. Norma subjektif (*Subjective Norm*) dan kepercayaan (*Trust*) tidak berpengaruh terhadap minat. Dengan demikian, studi yang berkonteks sistem informasi *e-ticketing* pada jasa penerbangan dapat memberikan kesimpulan bahwa individu berminat untuk menggunakan *e-ticketing* jika individu tersebut memiliki perasaan positif dan ketertarikan, memiliki kontrol, pengetahuan dan sumberdaya terhadap sistem informasi *e-ticketing*.

Penelitian dapat memberikan pengaruh yang besar dan bermanfaat tentang motivasi yang mendasari minat digunakannya sistem *e-ticketing*. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa faktor determinan yang dapat mempengaruhi minat penggunaan sistem *e-ticketing* adalah sikap (*attitude*) dan kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*.) Penelitian ini memberikan implikasi pada pihak manajemen perusahaan penerbangan serta analisis sistem *e-ticketing* agar lebih memperhatikan faktor-faktor yang berpengaruh dalam mengembangkan transaksi pemesanan tiket

melalui penggunaan sistem informasi *e-ticketing*.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini memiliki keterbatasan yang berupa penelitian ini tidak fokus pada layanan sistem *e-ticketing* pada suatu maskapai penerbangan tertentu. Setiap maskapai penerbangan tentu memiliki karakteristik tersendiri dalam pemberian layanan

REFERENSI

- [1] Intentions towards Reuse from E-Services by Using TPB Model. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 2(4).
- [2] Ajzen I. 1991. The Theory of Planned Behaviour. *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*, 50(2),179-221.
- [3] Ajzen, I. 2002. *Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior*. Dalam Jogiyanto, H.M. 2007. Sistem Informasi Keperilakuan. Yogyakarta : ANDI
- [4] Aganovi, Ircham Miladi. (2011). Kajian dan Riset untuk Perkembangan Teknologi Komunikasi. Retrieved from www.komunikasi.us
- [5] Aldridge, A., Forcht, K and Pierson, J. (1997). Get linked or get lost: Marketing strategy for the internet". *Internet Research*, 7:3, 161 -1 69.
- [6] Arini, Annisa Cahyani ng. (2010). *Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku Persepsian, Persepsi Risiko, dan Pengalaman Terhadap Niat untuk Bertransaksi Secara Online*. Sarjana Ekonomi Skripsi, Universitas Brawijaya, Malang.
- [7] Anggrainie, Fitra Devy Dwi. (2012). *Determinan Minat Individu Dalam Menggunakan Teknologi Informasi Pendekatan Pada Theory Planned Behaviour (TPB)*. Strata 1 Skripsi, UNIVERSITAS BRAWIJAYA, Malang.
- [8] Artha, U. 2011. Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Kepercayaan, Inovasi Pribadi, dan Kesesuaian Terhadap Sikap Penggunaan *E-Commerce*. Skripsi. Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
- [9] Aziz, Norzalita Abd, Musa, Ghazali, & Sulaiman, Ainin. (2010). The influence of

- predictors on travel web site adoption among Malaysian travellers. *African Journal of Marketing Management*, 2(6), 107-122.
- [10] Baker, Elizabeth White; Said S. Al-Gahtani; Geoffrey S. Hubona. 2007. *The effects of gender and age on new technology implementation in a developing country Testing the theory of planned behavior (TPB)*. *Information Technology & People* Vol. 20 No. 4, 2007 pp. 352- 375
- [11] Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: Freeman