

Pengaruh Promosi Penjualan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Pada Konsumen Shopee

Praditha Dwi Setyo

PT. Erdikha Elit Sekuritas, Jakarta Pusat

Pradithadwi83@yahoo.com

Abstract—The purpose of this study is to find the quality of user paylater traveloka consisting of expectancy performance , expectancy effort , social influence , facilitating condition , behavioral intention .As much as 165 samples to be taken from customers traveloka .This study using multiple linear regression analysis .The results show that of the performance of expectancy , expectancy effort , social influence , facilitating condition positive result against kelayakan paylater traveloka in users

Keywords—Performance expectancy, Effort expectancy, Social Influence, facilitating condition, Behavioral Intention

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang sangat meningkat di era globalisasi saat ini juga di sertai dengan kemajuan internet. Hadirnya smartphone dengan fitur - fitur baru nya menembus pasar dunia sehingga dapat mempermudah setiap orang untuk menggunakan smartphone secara cepat dimana saja dan kapan saja tanpa perlu memerlukan bantuan perangkat keras seperti komputer ataupun laptop. Melalui Diagram di bawah dapat di artinya dengan banyaknya yang memanfaatkan internet dalam sehari hari, sehingga adanya peningkatan pengguna internet merambah dalam pasar ritel di Indonesia. Semakin berkembangnya bisnis ritel online di Indonesia, menyebabkan perubahan yang signifikan dimana yang biasanya bertransaksi secara konvensional menjadi online dengan lebih mudah.



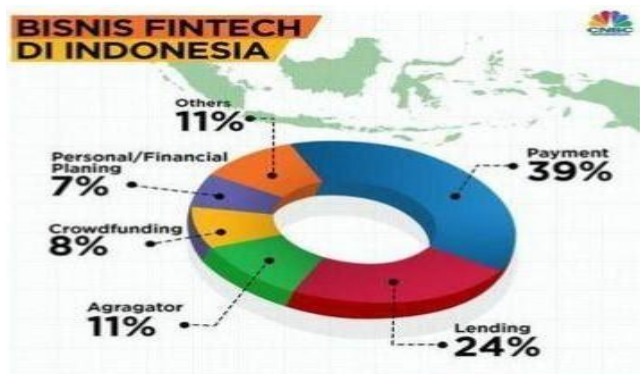
Gambar 1 Presentase Pengguna Internet Berdasarkan Usia, Sumber: APJII 2018

Traveloka yang merupakan salah satu perusahaan unicorn yang berkembang di Indonesia dimana traveloka berfungsi untuk mencari harga termurah di antara banyaknya situs, kemudian berkembang menjadi situs reservasi tiket dan sekarang menyediakan berbagai jenis kebutuhan baik untuk perjalanan ataupun kebutuhan hiburan lainnya seperti: Hotel, tiket kereta api, pulsa dan paket internet, aktivasi dan rekreasi, hotel luar negeri, pesawat luar negeri, pesawat dalam negeri, elektronik voucher aktivitas seperti voucher salon, restaurant. Penggunaan Aplikasi Traveloka mulai merasa praktis karna dengan seenggap smartphome di genggam dapat melakukan transaksi dimana dan kapan saja, tanpa harus keluar rumah dan banyak membuang waktu ditambah dengan banyaknya promo pun merupakan ketertarikan konsumen pada pembelian produk tersebut.



Gambar 2 Urutan lima Marketplace Terbaik di Indonesia pada Q4 2019, Sumber: iprice.co.id

Fintech sendiri kini berkembang pesat dengan membantu mempermudah masyarakat agar lebih efektif dikarenakan peran digital yang semakin mendunia. Salah satu jenis start up yang sedang trend kini adalah di bidang Fintech mulai dari pinjaman online, sampai pembayaran/ transaksi secara online.



Gambar 3 : Grafik Pemakaian Fintech di berbagai aspek sumber : www.cnbcindonesia.com

II. TINJAUAN LITERATUR

Menurut Hsueh (2017)

Teknologi keuangan yang di inovasi melalui teknologi informasi, dengan menggabungkan teknologi dengan keuangan.

Berdasarkan beberapa hasil penelitian terdahulu yang telah dikumpulkan terdapat hasil yang positif dalam seluruh hubungan. Baik itu harga terhadap nilai yang dirasakan, kenyamanan terhadap nilai yang dirasakan, harga terhadap keputusan pembelian, kenyamanan layanan terhadap keputusan pembelian, nilai yang dirasakan dengan keputusan pembelian, serta mediasi nilai yang dirasakan yang menghubungkan harga dan kenyamanan layanan terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, penulis membuat hipotesa untuk membuktikan hubungan dari seluruh variabel tersebut, dalam konteks pembelian online di Traveloka untuk wilayah DKI Jakarta.

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut maka hipotesis yang diajukan adalah:

Ho1: Tidak terdapat pengaruh penggunaan Paylater terhadap Performance expectancy pada pembelian di Traveloka khusus wilayah DKI Jakarta. Behavior Intention (Y) Performance expectancy (X1) Effort expectancy (X2) Social Influence (X3) facilitating condition (X4)

Ha1: Terdapat pengaruh Interactivity terhadap penggunaan Paylater terhadap Performance expectancy pada pembelian di Traveloka..

Ho2: Tidak terdapat pengaruh penggunaan Paylater terhadap Effort expectancy pada pembelian di Traveloka.

Ha2 : Terdapat pengaruh Interactivity terhadap penggunaan Paylater terhadap Effort expectancy pada pembelian di Traveloka.

Ho3: Tidak terdapat pengaruh penggunaan Paylater terhadap Social Influence pada pembelian di Traveloka .

Ha3: Terdapat pengaruh Interactivity terhadap penggunaan Paylater terhadap Social Influence pada pembelian di Traveloka.

Ho4: Tidak terdapat pengaruh penggunaan Paylater terhadap facilitating condition pada pembelian di Traveloka.

Ha4: Terdapat pengaruh Interactivity terhadap penggunaan Paylater terhadap facilitating condition pada pembelian di Traveloka.

III. METODE PENELITIAN

Objek penelitian dalam thesis ini adalah salah satu e-commerce besar di Indonesia, yaitu Traveloka . Tokopedia menggunakan model bisnis B2C (customer to customer) yang menyediakan platform untuk menghubungkan antara penjual dengan pembeli.

Traveloka adalah perusahaan yang menyediakan layanan pemesanan tiket pesawat dan hotel secara daring dengan fokus perjalanan domestik di Indonesia. Didirikan pada tahun 2012 oleh Ferry Unardi, Derianto Kusuma, dan Albert Zhang.

Populasi ialah suatu objek atau subyek yang memiliki kuantitas serta karakteristik berbeda yang diterapkan oleh si peneliti, agar dipelajari, dan dilihat isi keseluruhan Sugiyono (2016), Populasi dari penelitian yang saya buat adalah konsumen yang pernah melakukan atau menggunakan jasa dari traveloka.

Dari buku Sugiyono (2016) sampel adalah salah satu bagian dari banyaknya jumlah dan sifat karakteristik yang didapati oleh populasi tersebut. Pengambilan kuesioner bertujuan untuk menghemat waktu dan tenaga dalam menganalisa data. Karakteristik sampel sama dengan populasi itu sendiri.

Penulis menggunakan metode non probability sampling. Non probability sampling menurut Sugiyono (2010) adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini meliputi, sampling sistematis, kuota, aksidental, purposive, jenuh, snowball. Teknik yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sumber data dengan pertimbangan tertentu. Dimana pertimbangan yang dilakukan adalah lokasi domisili DKI Jakarta dan pernah melakukan pembelian online dengan Paylater melalui Traceloka. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik

SEM PLS untuk melakukan analisa. Berikut adalah pendapat para ahli mengenai sampel dalam teknik SEM PLS

Hair et al dalam Sugiyono, (2015) Perhitungan sampel pada penelitian ini menggunakan jumlah responden minimal sehingga 5 dikalikan 25 variabel indikator, jadi jumlah sampel dalam penelitian ini adalah : $5 \times 25 = 125$ responden

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data premier. Oleh karena itu, data didapatkan dari sumber yang dikumpulkan sendiri oleh penulis. Pengumpulan data penelitian digunakan dengan metode angket berupa kuisisioner yang disebarakan kepada sampel yang ingin diteliti. Penyebaran ini akan dilakukan dengan electronic form pada konsumen di Traveloka di DKI Jakarta. Pertanyaan yang digunakan dalam kuisisioner yang akan disebarakan akan didasari oleh indikator-indikator yang sudah disusun dan didasari dari kajian pustaka yang sudah dikumpulkan. Jenis pertanyaan yang digunakan adalah pertanyaan tertutup. Menurut Walgito (1999) pertanyaan tertutup merupakan angket yang menyediakan alternative jawaban atas pertanyaan atau pernyataan yang diberikan, sehingga responden tidak mempunyai kebebasan untuk menjawab pertanyaan atau pernyataan di luar alternatif jawaban yang disediakan dalam angket tersebut.

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian yang dibuat memerlukan nilai statistik lalu terdapat kegiatan dalam menganalisis untuk mengelompokkan data berdasarkan nilai variabel serta jenis-jenis responden, dan juga mentabulasi data berdasarkan nilai variabel pada seluruh responden, dan memberikan nilai variabel yang diteliti. Menurut Sugiyono (2016), menganalisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Dalam menganalisis data ini membutuhkan: uji dari validitas, uji dari reliabilitas, uji dari asumsi klasik, dan juga uji dari normalitas, uji dari multikolinieritas, uji dari heteroskedastisitas, regresi linier berganda, koefisien determinasi (r^2), uji F dan uji t. Untuk Pengolahan data penelitian ini menggunakan SPSS.

Sekaran dan Bougie, (2016, p. 248) menjelaskan bahwa *Purposive Sampling* adalah pengambilan sampel yang dibatasi dengan tipe responden tertentu yang dapat memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian, baik karena mereka memilikinya tau karena karakteristik mereka cocok dengan kriteria yang ditetapkan oleh peneliti. Persyaratan dari *Purposive Sampling* dalam penelitian ini adalah responden harus pernah berbelanja melalui Shopee. Penentuan sampel yang baik adalah 10 atau lebih dikalikan dengan jumlah variabel dari penelitian, Roscoe (1975) dalam Sekaran dan Bougie, (2016, p. 264).

Diketahui terdapat 4 variabel pada penelitian dan peneliti mengalikannya dengan 10 maka jumlah responden yang dibutuhkan pada penelitian ini sekurang-kurangnya adalah 40 dan target peneliti adalah mendapatkan tiga kali jumlah minimum yaitu 120 responden. Pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah Keputusan Pembelian sebagai variabel endogen (Y_1), Promosi Penjualan (X_1) dan Harga (X_2) sebagai variabel Eksogen, dan Citra Merek (Z) sebagai variabel mediasi.

Setelah menetapkan indikator yang berpengaruh pada masing-masing variabel, peneliti melakukan uji validasi dan uji reabiliti yang akan diolah dengan alat bantu Ms Excel 2010. Uji Validasi digunakan untuk memastikan ketepatan dan kecermatan validitas suatu kuisisioner, Yusup, (2018). Pengukuran uji validitas dilakukan dengan perbandingan nilai Sig. hitung dengan Sig. tabel Alpha 5%. Dikatakan signifikan jika nilai r hitung lebih besar saat dibandingkan dengan r tabel pada tabel r ($r_i > r_t$). Uji reliabilitas digunakan mengukur kuisisioner sebagai indikator dari variabel atau konstruk. koefisien reliabilitas dihitung menggunakan rumus Spearman- Brown. Yusup, (2018) juga mengutip penjelasan dari Fraenkel, Wallen, & Hyun, (2012), bahwa Suatu instrumen dikatakan reliabel saat nilai koefisien reliabilitas Spearman-Brown lebih dari 0,70 ($r_i > 0,70$). Jika nilai koefisien reliabilitas Spearman-Brown kurang dari 0,70, maka jumlah soal ditambah dengan soal yang sesuai dengan aslinya.

Model yang dipakai pada penelitian ini adalah *Structural equation modeling* (SEM), guna mengetahui Pengaruh Promosi Penjualan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Mediasi Pada Pelanggan Marketplace Shopee. Sementara teknik yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik kuantitatif guna dapat memastikan bahwa data yang dikumpulkan akurat, lengkap, dan sesuai guna menghitung dan menampilkan statistik deskriptid dasar, Sekaran dan Bougie, (2016, p. 271). Metode analisis data yang dipakai untuk menjawab hipotesis di olah dengan Smart PLS dengan melakukan 2 pengujian. Pengujian yang dimaksud adalah *Evaluation of Outer Measurement Model and Evaluation of Inner Structural Model*.

Evaluation of Outer Measurement Model

Tabel 1 Susuanan Evaluasi PLS-SEM, sumber : Hair et al., (2017, p. 173)

Evaluasi Model Pengukuran (Pengukuran Model Reflektif)	
Convergent Validity	Loading Factor, Average Variance Extracted (AVE)
Discriminat Validity	Cross Loading, Fornell-Larcker Criterion
Reliability (Internal Consistency)	Composite Reability

Untuk mengevaluasi validitas konvergen dari konstruksi reflektif, peneliti mempertimbangkan loading *factor* dari indikator dan varians rata-rata yang diekstraksi (AVE). *Loading factor* diharapkan bernilai lebih dari 0.70, tetapi jika nilai yang didapat tidak memenuhi harapan maka hasil nilai 0.40 sampai dengan 0.70 harus dipertimbangkan, tetapi nilai dibawah 0.40 harus dihapuskan dari pengujian dan penghapusan indikator tersebut harus dipertimbangkan dengan imbas pada konten validasi.

Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu angket yang indikatornya berasal dari variabel. Composite reliability ditafsirkan dengan cara spesifik yaitu nilai reliabilitas komposit 0,60 hingga 0,70 dapat diterima dalam penelitian eksplorasi, sedangkan pada penelitian yang lebih lanjut, nilai antara 0,70 dan 0,90 dapat dianggap memuaskan, (Hair et al., (2017, p. 180).

Validitas diskriminan adalah seberapa jauh konstruk berbeda dari konstruk lain menurut standar empiris atau menandakan bahwa suatu konstruk tersebut unik dan menangkap fenomena yang tidak direpresentasikan oleh konstruk lain. Validitas diskriminan mengandalkan dua ukuran validitas diskriminan yaitu *cross loading* dan *fornell-larcker criterion*.

Evaluation of Inner Structural Model

Tabel 2 Susunan Evaluasi PLS-SEM, sumber : Hair Jr et al., (2017, p. 173)

Evaluasi Model Structural
Pengukuran Nilai pada R^2
Mengukur Ukuran Efek f^2
Ukuran dan signifikasi Jalur Koefisien β value

R-square berarti ukuran kekuatan prediksi model dan dihitung sebagai korelasi kuadrat antara nilai aktual dan prediksi konstruk endogen yang mewakili efek gabungan variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen. Nilai *R-Square* di ukur dari nol hingga satu dimana semakin jauh hasil dari angka nol dan mendekati angka satu, maka nilai R^2 menunjukkan tingkatan lebel akutan yang lebih tinggi. Menurut Hair et al., (2017, p. 289) bahwa nilai dari R^2 jika 0.75 dianggap besar, 0.50 sebagai moderat dan 0.26 berarti lemah.

Selain mengevaluasi nilai R^2 dari variabel endogen, perubahan nilai R^2 saat variabel eksogen tertentu dihilangkan dari model dapat digunakan untuk mengevaluasi apakah konstruksi yang dihilangkan memiliki dampak substantif pada variabel endogen. f^2 adalah tingkatan pengaruh pada variabel eksogen laten konstruk terhadap endogen laten konstruk. Artian hasil nilai dari f^2 diartikan dengan 0,35 (efek kuat), 0,15 (efek sedang), dan 0,02 (efek lemah), Hair et al., (2017, p. 297).

Jalur Koefisien adalah perwakilan hubungan yang memhipotesiskan antara variabel. Jalur koefisien berarti gambaran dari kekuatan hubungan antara variabel yang signifikasinya dapat dilihat melalui proses T statistik atau *bootstrapping* yang digunakan untuk mengevaluasi signifikasi pada hipotesis. Koefisien jalur memiliki nilai standar kira-kira antara negatif satu dan positif satu.

Penilaian dari jalur koefisien adalah jika mendekati positif satu maka diperkirakan menunjukkan hubungan yang positif dan kuat, sebaliknya jika mendekati minus satu maka diperkirakan menunjukkan hubungan yang negative, sementara jika mendekati nol maka semakin lemah hubungannya Hair et al., (2017, p. 285). Jalur koefisien juga digunakan untuk mengukur ada dan tidaknya pengaruh antar variabel secara langsung dan tidak langsung (mediasi) yang disebut dengan total efek Hair et al., (2017, p. 287).

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dari 165 responden yang mengisi angket, dimana kita dapat mengetahui dimana sebanyak 95,8% jumlah pelanggan yang menggunakan Traveloka dan sebanyak 4,20% saja yang tidak menggunakan traveloka sehingga dapat di simpulkan bahwa aplikasi traveloka ini sangat populer.

Dari hasil kuestioner pun dapat di simpulkan bahwa Sebanyak 89% jumlah pengguna paylater pada traveloka, 9,8% yang tidak menggunakan paylater dalam proses transaksi, 1,20% yang alasan lain tidak menggunakan paylater ,

Dan sebanyak 54,2% pengguna paylater dalam bertransaksi di traveloka selama lebih dari 3 tahun , sebanyak 32,7% yang menggunakan paylater di traveloka selama 2- 3 tahun, sebanyak 13,1% yang menggunakan paylater kurang dari 1 tahun.

Dapat diketahui juga bahwa , sebanyak 43,2% dari pengguna paylater pada aplikasi traveloka berusia 27-29 tahun, sebanyak 29,6% pengguna traveloka berumur di atas 30 tahun , 16,7% pengguna traveloka berumur 24-26 tahun, sebanyak 8% pengguna paylater di traveloka berumur 21-23 tahun , dan sebanyak 2,5% pengguna paylater di traveloka berumur 18-20 tahun.

Kemudian sebanyak 75,3% pengguna paylater di traveloka memiliki pendidikan terakhir nya adalah sarjana, sebanyak 11,1% pendidikan terakhirnya SMA , Sebanyak 7,4% pendidikan terakhirnya adalah diploma dan sebanyak 6,2% pendidikan terakhir ada master.

Dan dapat di ketahui juga bahwa Sebanyak 67,9% pengguna paylater di traveloka bekerja sebagai pegawai

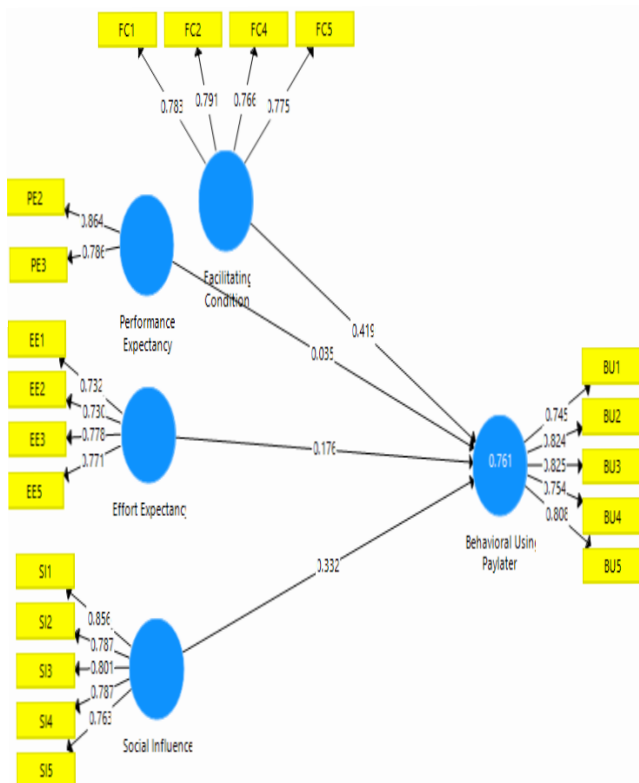
negri/swasta, sebanyak 18,5 % sebagai wiraswasta, 4,9% sebagai kuliah sekaligus bekerja, dan sebanyak 4,9% juga untuk mahasiswa/pelajar, sebanyak 3,7% sebagai ibu rumah tangga.

Dan dari diagram di atas sebanyak 80,2% dapat di ketahui bahwa pengguna paylater di traveloka belum menikah dan sebanyak 19,8% pengguna paylater di traveloka sudah menikah.

Pengujian Model

Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan tabel. Bila r hitung lebih besar dibandingkan dengan r tabel maka variabel tersebut akan dinyatakan valid. Dalam penelitian ini diketahui jumlah sample (n) sebanyak 165 sampel dengan $\alpha = 5\%$, maka r tabel (5%,) = 0.1277 Setiap indikator akan dikatakan valid apabila nilainya lebih besar dari 0.1277.

Berikut tabel hasil uji data validitas. Dan dari tabel di atas di ketahui bahwa hasil dari R hitung lebih besar dari r tabel sehingga dinyatakan valid.



Tabel 3 Result Summary for Validity

INDIKATOR	R TABEL	R HITUNG	HASIL
Performance Expectancy			
PE1	0,1277	0,363	VALID
PE2	0,1277	0,683	VALID
PE3	0,1277	0,578	VALID
PE4	0,1277	0,405	VALID
PE5	0,1277	0,477	VALID

Effort Expectandy			
EE1	0,1277	0,613	VALID
EE2	0,1277	0,577	VALID
EE3	0,1277	0,662	VALID
EE4	0,1277	0,531	VALID
EE5	0,1277	0,726	VALID
Social Influence			
SI1	0,1277	0,813	VALID
SI2	0,1277	0,678	VALID
SI3	0,1277	0,759	VALID
SI4	0,1277	0,678	VALID
SI5	0,1277	0,662	VALID
Facilitation Condition			
FC1	0,1277	0,740	VALID
FC2	0,1277	0,673	VALID
FC3	0,1277	0,574	VALID
FC4	0,1277	0,655	VALID
FC5	0,1277	0,680	VALID
Behavioral Intention			
BU 1	0,1277	0,683	VALID
BU2	0,1277	0,752	VALID
BU3	0,1277	0,770	VALID
BU4	0,1277	0,685	VALID
BU5	0,1277	0,720	VALID

Uji reliabilitas instrument ini digunakan untuk menguji apakah seluruh variabel sudah reliabel sehingga siap untuk dibawa ke tahap untuk selanjutnya ataukah tidak siap.

VARIABEL	Cronbach's Alpha	Batasan	Keterangan
Performance Expectancy	0,594	0,7	TIDAK RELIABEL
Effort Expectandy	0,756	0,7	RELIABEL
Social Influence	0,858	0,7	RELIABEL
Facilitation Condition	0,802	0,7	RELIABEL

Menurut tabel diatas hasil nilai uji reliabilitas instrumen, bisa dilihat bahwa performance expectancy tidak variabel dimana nilai cronbach's alpha nya hanya 0,594 lebih kecil dari batasan yaitu 0,7 . tetapi variabel lainnya; Effort Expectancy, Social Influence dan Facilitation dalam penelitian ini reliable dikarenakan dari masing-masing indikator yang memiliki nilai cronbach's alpha >0,7. sehingga dari seluruh variabel yang saya gunakan pada penelitian ini layak untuk dapat digunakan.

Evaluation of Inner Structural Model

R square juga disebut sebagai koefisien determinasi yang diartikan sebagai seberapa besar kemampuan semua variabel dalam menjelaskan varians dari variabel berikutnya, Secara sederhana koefisien determinasi dihitung dengan mengkuadratkan koefisien korelasi

Tabel 4 R-Square

	R SQUARE	R SQUARE ADJUSTED
BEHAVIORAL USING PAYLATER	0,761	0,755

Hasil R-square sebesar 0.67, 0.33, dan 0.19 mengindikasikan bahwa model "baik", "moderat", dan "lemah" (Ghozali, 2014).

Tabel 5 Model Efek f2

	Behavioral Using Paylater
Behavioral Using Paylater	
Effort Expectancy	0,051
Facilitating Condition	0,246
Performance Expectancy	0,002
Social Influence	0,151

Kesimpulan

Dari penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel Performance expectancy, Effort expectancy, Social Influence, facilitating condition yang mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelayanan. Dan berikut dari hasil yang penulis dapatkan setelah melakukan pengujian: 1. Performance expectancy berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Traveloka. 2. Effort expectancy berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Traveloka. 3. Social Influence berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Traveloka 4. facilitating condition berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Traveloka di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Abdillah, W., & Jogiyanto, H. (2009). Konsep dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) untuk Penelitian Empiris.. Yogyakarta: BPFE UGM.

Adirineksa, G., Purba, J. T., Budiono, S., dan Rajagukguk, W. (2020). The Role of Price and Service Convenience on Jakarta's Consumer Purchase Decisions in Top 5 Marketplace Mediated by Consumer's Perceived Value. The 5th North America International Conference on Industrial Engineering and Operations Management (p. Retrieved from <http://www.ieomsociety.org>). Detroit, Michigan USA: ieomsociety.org.

Adirineksa, G. P., Purba, J. T., dan Budiono, S. (2020). Measurement of Performance, Effort, Social Influence, Facilitation, Habit and Hedonic Motives toward Pay later Application Intention: Indonesia Evidence. Proceedings of the 2nd African International Conference on Industrial Engineering and Operations Management (pp. 208 - 219). Harare, Zimbabwe: IEOM Society International.

Aileen, A., Widjaja, A., Purba, J. T., dan G, S. K. (2019). Recording application with managerial prediction features for skeno business. IOP Conference Series: Materials Science and Engineering (pp. 508 (1), 012133). IOP.

Anderson, J. dan Gerbing, D. (1988). Structural Equation Modeling in Practice: A Review and Recommended Two Steps Approach. *Psychological Bulletin*, 411 - 423.

Cahyono, E. (2018, Maret 27). Revolusi Industri 4.0 dan Transformasi Organisasi Pemerintah. Retrieved from Sekretariat Kabinet Republik Indonesia: <http://setkab.go.id/revolusi-industri-4-0- dan-transformasi-organisasi-pemerintah/>

Djaali. (2008). Psikologi Pendidikan. Jakarta: Sinar Garfika Offset.

Enderwati, O. (2017, Mei 03). Industri 4.0 Ciptakan Peluang Baru. Retrieved from Koran Sindo Sumber Referensi Terpercaya: http://koran-sindo.com/page/news/2017-05-03/2/3/Industri_4_0_Ciptakan_Peluang_Baru

Ghozali, I. (2014). Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS). Edisi 4. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hair, J. F., Risher, J., Sarstedt, M., dan Ringle, C. M. (2019, December). When to Use and How to Report The Results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2 - 24. Retrieved from *Journal of Management and Business Review*, 18 (2), Special Issue (2021), 327-342 https://www.researchgate.net/publication/329443894_When_to_use_and_how_to_report_the_results_of_PLS-SEM

Hair, J., Black, W., Babin, B., dan Anderson, R. (2014). *Multivariate Data Analysis*. Essex: Pearson Education Limited.

Hair, J., Hult, G., Ringle, C., dan Sarstedt, M. (2017). *A primer on Partial Least Squares Structural Equation Modelling PLS-SEM*. Thousand Oaks, CA : Sage.

Henseler, J., Ringle, C. M., dan Sinkovics, R. R. (2009). The Use of Partial Least Squares Path Modeling in International Marketing. *Advances in International Marketing*, Volume 20, , 277-319.

Igen, R. (2018, April 16). Teknologi Terkini: Apa itu Industri 4.0 ? Dan apa saja elemen yang harus ada? Retrieved from *Mobnasesemka.com*: <https://mobnasesemka.com/apa-itu-industri-4-0/>

Immanuel, N. B. (2019). *Consumer's Intention to Use Mobile Payment Technology: A Technology Acceptance Model Perspective*. . Karawang, President University.

Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2018, 03 20). *Siaran Pers: Making Indonesia 4.0: Strategi RI Masuki Revolusi Industri Ke-4*. Retrieved from Kementerian Perindustrian Republik Indonesia: <http://www.kemenperin.go.id/artikel/18967/Making-Indonesia-4.0:-Strategi-RIMasuki-Revolusi-Industri-Ke-4>

- Kim, C. M. dan Lee, I. (2010). An empirical examination of factors influencing the intention to use mobile payment. *Computers in Human Behavior*, 310-322.
- Kim, H.-Y. K.-S. (2018). A Study on Usage Intention of Technology-based Airlines self-service Based on UTAUT2 Model . *Journal of the Korean Society for Aviation and Aeronautics* , 54-63.
- Kock, N. dan Hadaya, P. (2018). Minimum sample size estimation in PLS-SEM: The inverse square root and gamma-exponential methods. *Information Systems Journal*, 28(1), 227–261.
- McDaniel Jr, C. dan Gates, R. (2015). *Marketing Research*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Monecke, A. dan Leisch, F. (2012). Structural Equation Modeling Using Partial Least Squares. *Journal of Statistical Software*, 1-32.
- Mukminin, A., Rachman, R., dan Wahyudi, H. (2019). Penerapan Model UTAUT untuk Perilaku Pengguna “PayLater” di Dalam Traveloka. *Jurnal Computech & Bisnis*, 81-90.
- Nanggala, A. Y. (2020). Use of Fintech for Payment: Approach to Technology Acceptance Model Modified. *Journal of Contemporary Information Technology, Management, and Accounting*, 1 -8
- Novalius, F. (2018, April 04). Economy Sektor Riil: Apa Itu Industri 4.0? Ini Penjelasan Presiden Jokowi. Retrieved from OkezoneFinance: <https://economy.okezone.com/read/2018/04/04/320/1881871/apa-itu-industri-4-0-ini-penjelasanpresiden-jokowi>
- Nuriska, A., Asakdiyah, S., dan Setyawan, R. R. (2018). Factors Affecting Behavioral Intention in Using Go Pay with The Modified Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 Model (UTAUT2) . *Muhammadiyah International Journal of Economics and Business*, 107 - 114.
- Purba, J., Budiono, S., Rajagukguk, W., Samosir, P., dan Adirinekso, G. (2020). E-Business Services Strategy with Financial Technology: Evidence from Indonesia. *5th North American International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*. Detroit: ieomsociety.org.
- Purba, J., Samuel, S., dan Purba, A. (2020). Strategic Collaboration ICT in the online Transportation Services in Jakarta Area. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering* (pp. 918, 12206). IOP.
- Rajagukguk, W., Samosir, P., Purba, J. T., Budiono, S., dan Adirinekso, G. P. (2020). Dark Side of Economic Growth: A Case Study of the Relationship between Economic Growth and Suicide Mortality . *The 5th North America International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*. Detroit, Michigan USA: ieomsociety.org.
- Ramos, F. A. (2016). *Accessing The Determinants of Behavioral Intention to Adopt Fintech Services Among the Millennial Generation*. Lisboa.: Lisboa: Faculdade de Economia da Universidade Nova de Lisboa.
- Shao, X. dan Siponen, M. (2011). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Adding consumption theory to UTAUT2. *Proceedings of SIGSVC Workshop* (pp. 11-157). <http://sprouts.aisnet.org>.
- Shara, P. V. dan Widodo, T. (2018). Penerapan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) untuk Menganalisis Minat Pengguna Smartphone Di Kota Bandung. *ResearchGate* , p. 328216331. Retrieved from www.researchgate.net/publication/328216331
- Journal of Management and Business Review, 18 (2), Special Issue (2021), 327-342
- Siahaan, M. dan Legowo, N. (2019). The Citizens Acceptance Factors of Transportation Application Online in Batam: An Adaptation of the UTAUT2 Model and Information System Success Model. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 1666 - 1676.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B. dan Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, Vol. 27, No. 3, , pp. 425-478.
- Venkatesh, V., Thong, J. dan Xu, X. (2012). Consumers Acceptance and Use Information Technology: Extending The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157- 178.
- Vincenzo, E. V., Chin, W. W., Henseler, J. dan Wang, H. (2010). *Handbook of Partial Least Square*. Hiedelberg: Springer Verlag.
- Vinzi, V. E. (2010). *Vinzi, V. E., Chin, W., HenseHandbook of Partial Least Squares: Concep, Methods, and Applications*. Berlin Heidelberg: Springer-Verlag.
- Wong, K. K.-K. (2013). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Techniques Using SmartPLS. *Marketing Bulletin* Vol 24, 1 - 32.

