

SAINTEKS : JURNAL SAIN DAN TEKNIK

Volume 3 Nomor 2 Tahun 2021

E-ISSN : 2685-8304

Optimasi Persediaan Bahan Baku Deker Melalui Metode Material Requirement Planning pada CV Ajax Sport
Tombak Gapura Bhagya, Elly Komala
54-64

Pengaruh Variasi Timing Opening Angle Terhadap Jumlah Weft Stop pada Pertenunan Kain dengan Anyaman Kepe 2/11 di Mesin Air Jet Loom
Filly Pravitasari, Afriani Kusumadewi
65-75

Proses Bleach Washing pada Kain Denim Yang Dichelup Dengan Zat Warna Indigo Menggunakan Natrium Hipochlorit (NaOCl)
Luciana, Elly Koesneliwati
76-83

Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengguna Aplikasi Virtual Hotel Operator di Indonesia dengan MTAM
Graha Prakarsa, Vani Maharani Nasution
84-93

Pengaruh Konsentrasi Resin dan Suhu Pemanas Awetan pada Penyempurnaan Lipatan Permanen Kain Polyester 100%
Feny Nurherawati
94-103

Peningkatan Produktivitas Bagian Pengepakan Menggunakan Basic Quality Tools di PT. XYZ
Haerul Kustiana, Angling Sugiartna, Dini Yulianti
104-111

Diterbitkan Oleh :
UNIVERSITAS BANDUNG RAYA dpm UNIVERSITAS INSAN CENDEKIA MANDIRI
Fakultas Teknik
Jl. Banten No. 11 Bandung - Jawa Barat
<http://ejournal.uicm-unbar.ac.id>



UICM - UNBAR

www.unbar.ac.id



Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengguna Aplikasi Virtual Hotel Operator di Indonesia dengan MTAM

Graha Prakarsa¹⁾, Vani Maharani Nasution²⁾

Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia

¹⁾Jl. Soekarno-Hatta No.643, Sukapura, Kec. Kiaracondong, Kota Bandung, 40285

Email: gprakarsa@gmail.com

Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia

²⁾Jl. Soekarno-Hatta No.643, Sukapura, Kec. Kiaracondong, Kota Bandung, 40285

Email: vanimaharaninasution@gmail.com

Abstract: *The fundamental phenomenon of this research is the rapid trend of virtual hotel operators in Indonesia, so it is necessary to measure the adoption of this mobile technology using MTAM. This research is quantitative research, using descriptive methods and multiple linear regression data analysis techniques. The results of this study showed that mobile perceived facilitating condition, mobile perceived financial resources and mobile perceived compatibility have significant effects partially and simultaneously on mobile perceived usefulness and mobile perceived ease of use. Then mobile perceived usefulness and mobile perceived ease of use have a significant effect partially and simultaneously on consumer intention to use. Based on the results of this study shows that each variable tested can affect other variables well, but needs to be developed in its concrete implementation activities in virtual applications of hotel operators..*

Keywords: MTAM, VHO Application, Multiple Linear Regression

Abstrak: Fenomena yang mendasar dari penelitian ini adalah pesatnya tren operator hotel virtual di Indonesia, sehingga perlu dilakukan pengukuran adopsi teknologi mobile ini menggunakan MTAM. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dengan menggunakan metode deskriptif dan teknik analisis data regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mobile perceived facilitating condition, mobile perceived financial resources dan mobile perceived compatibility berpengaruh signifikan secara parsial maupun simultan terhadap mobile perceived usefulness dan mobile perceived ease of use. Kemudian mobile perceived usefulness dan mobile perceived ease of use berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap consumer intention to use. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa setiap variabel yang diuji dapat mempengaruhi variabel lainnya dengan baik, namun perlu dikembangkan dalam kegiatan implementasi konkritnya pada aplikasi virtual hotel operator.

Kata Kunci: MTAM, Aplikasi VHO, Regresi Linier Berganda

PENDAHULUAN

Teknologi pada saat ini semakin berkembang dan memberikan banyak manfaat positif bagi manusia, sehingga membantu meningkatkan produktifitas manusia dan menyelesaikan masalah dengan mudah. Perkembangan teknologi didukung dengan adanya revolusi industry 4.0 dimana di era tersebut memanfaatkan interaksi antara manusia, mesin dan penggunaan internet, sehingga munculnya inovasi-inovasi yang memanfaatkan perkembangan teknologi.

Dampak revolusi industry 4.0 pada kehidupan manusia dan bidang ekonomi menuntut untuk selalu berinovasi dan memanfaatkan teknologi, sehingga dituntut untuk produktif dan inovatif dengan memanfaatkan digitalisasi, optimalisasi dan kostumisasi produksi, otomasi dan adaptasi interaksi antar mesin dan manusia untuk menaikkan nilai tambah jasa dan bisnis, sehingga dapat menghasilkan sumber daya manusia yang kompetitif (Hendriyadi, 2019). Industri 4.0 akan menjadi penggerak pada dunia bisnis yang mempengaruhi target marketnya terhadap produsen melalui transformasi digital, karena membantu mempercepat proses pengembangan jangkauan produk dengan target marketnya (Warmayana, 2018).

Revolusi industry 4.0 juga membawa dampak terhadap usaha hotel, dengan munculnya inovasi-inovasi baru mulai dari sumber daya, fasilitas-fasilitas hotel, hingga proses pemesanan kamar hotel. Dengan adanya teknologi informasi memudahkan pemesanan secara mandiri

melalui aplikasi yang disediakan. Hal ini didukung dengan keinginan konsumen yang menginginkan segala sesuatu secara praktis, mudah dan dapat di akses kapanpun dan dimanapun.

Menurut Surat Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi No. KM37/PW.340/MPPT-86, hotel adalah suatu akomodasi yang mempergunakan bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makanan dan minuman serta penunjang lainnya bagi umum yang dikelola secara komersial, sesuai dengan peraturan mengenai hotel yang tercantum dalam Keputusan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor KM.3/HK.001/MKP.02 tentang Standar Usaha Hotel yang kini telah diperbarui menjadi Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor PM.53/HM.001/MPEK/2013.

Adanya inovasi pada hotel yang memanfaatkan teknologi, memudahkan masyarakat yang sering berpergian keluar kota, hotel adalah salah satu sarana yang wajib sehingga sangat membutuhkan pemesanan kamar hotel secara cepat, mudah dan dapat dipesan dimanapun dan kapanpun. Sehingga munculnya tren baru pada dunia perhotelan yakni usaha penyedia jasa budget hotel atau virtual hotel operator (VHO).

Virtual hotel operator (VHO) merupakan perusahaan yang tidak memiliki bangunan hotel sendiri namun dapat menjual berbagai kamar dengan cara bekerja sama dengan berbagai akomodasi perusahaan VHO dan me-rebranding beberapa kamar akomodasi yang menjadi mitranya dan dijual dengan nama VHO tersebut. VHO pada umumnya berfokus pada penyediaan budget hotel atau dapat dikatakan hotel dengan harga terjangkau dengan fasilitas standar yang memadai (Wulandari & Pratiwi, 2020). Tren bisnis budget hotel atau VHO berawal dari India yang awalnya hanya sekedar untuk membantu pemasaran hotel murah, hingga berkembang menjadi menawarkan pengelolaan hotel secara menyeluruh. Target pasar dari budget hotel atau VHO adalah golongan menengah ke bawah yang harganya lebih murah dibandingkan dengan hotel konvensional biasanya.

Perubahan dan perkembangan zaman bukanlah tantangan baru bagi Hotel terutama bagian manajemen sumber daya manusia, hotel ini terus melakukan perbaikan dalam menghadapi tantangan dan peluang serta pengembangan bagi karyawan, sehingga dapat memenuhi kebutuhan hotel, meningkatkan produktivitas karyawan bahkan mampu menjawab permasalahan yang dihadapi perusahaan yang pada akhirnya perusahaan bisa survive, produktif dan mampu bersaing dengan competitor-nya pada era revolusi industri 4.0. Tantangan yang dihadapi oleh manajemen sumber daya manusia Hotel di era revolusi industri 4.0 antara lain sulitnya mendapatkan karyawan yang berlatar belakang pendidikan jurusan perhotelan, masih rendahnya tingkat literasi teknologi pada karyawan dan kemampuan berbahasa asing karyawan sangat rendah. Kemudian pada era revolusi industri 4.0 memberi peluang yang sangat besar bagi Hotel meningkatkan produktivitas karena dengan kemajuan teknologi dengan mudah perusahaan memberi informasi dan promosi kepada pelanggan, sehingga konsumen dapat mengakses Hotel secara cepat (Hendriyadi, 2019).

Penelitian sebelumnya menyimpulkan kegunaan praktis yang didapat melalui penelitian model TAM perlu memperhatikan faktor kompatibilitas dan kepercayaan dalam rangka membangun kepercayaan kepada para pengguna aplikasi mobile Virtual Hotel Operator agar dapat mau terus menggunakan aplikasi tersebut. Dengan kompatibilitas sistem yang baik serta didukung oleh kepercayaan pada layanan yang baik, pengguna akan merasa terbantu dalam menggunakan layanan yang ditawarkan oleh aplikasi mobile Virtual Hotel Operator (Prakarsa, 2020).

Penelitian sebelumnya mengenai hotel budget atau virtual hotel operator (VHO) dilakukan oleh Yofana Virgiane, Ni Made Ariani dan Fanny Maharani Suarka pada tahun 2019. Pada penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui pengaruh *e-service quality* terhadap kepuasan pelanggan virtual hotel operator (VHO) dengan hasil pelanggan merasa puas dengan pelayanan dari virtual hotel operator (VHO) tersebut. Dengan pesatnya peningkatan tren virtual hotel operator (VHO) perlu adanya penelitian mengenai penerimaan teknologi tersebut,

Technology Acceptance Model (TAM) adalah salah satu model untuk mengukur penerimaan terhadap suatu teknologi.

Penelitian lain mengungkapkan kegunaan praktis yang didapat melalui penelitian ini yaitu perlu memperhatikan faktor kompatibilitas dan kepercayaan dalam rangka membangun kepercayaan kepada para pengguna aplikasi mobile Virtual Hotel Operator agar dapat mau terus menggunakan aplikasi tersebut. Dengan kompatibilitas sistem yang baik serta didukung oleh kepercayaan pada layanan yang baik, pengguna akan merasa terbantu dalam menggunakan layanan yang ditawarkan oleh aplikasi mobile Virtual Hotel Operator (Prakarsa et al., 2021).

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan salah satu jenis teori yang menggunakan pendekatan teori perilaku (behavioral theory) yang digunakan untuk mengkaji suatu proses adopsi teknologi informasi dan memprediksi, menjelaskan model tersebut (Davis, 1989). *Technology Acceptance Model (TAM)* diperkenalkan dan dipublikasikan oleh Davis pada tahun 1986 dengan penekanan terhadap persepsi kemudahan dan kebermanfaatan penggunaan untuk memprediksi sikap dalam penggunaan teknologi.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif (*Quantitative Approach*) dengan menggunakan metode survei dalam tahap pengumpulan datanya. Pengolahan data dilakukan dengan analisis regresi linear berganda. Data penelitian diolah secara faktual dari responden melalui kuisioner penelitian sebagai sumber data primer yang didapatkan dari pengguna aplikasi Virtual Hotel Operator di Indonesia. Jumlah kuisioner yang terkumpul sebanyak 492 namun hanya 371 jumlah kuisioner yang dapat diolah. Karakteristik dari responden pada penelitian ini yang mencakup jenis kelamin, usia responden, profesi responden, domisili responden, aplikasi VHO yang digunakan responden, dan aplikasi VHO favorit responden. Proses penelitian terdiri dari menentukan rumusan masalah dari penelitian, membuat kerangka teori, membuat kerangka berpikir penelitian lalu jadilah hipotesis. Setelah hipotesis dibuat, peneliti kemudian memilih pendekatan dan metode yang akan digunakan. Dilanjut dengan menentukan variabel dan indikator dan sumber data yang akan menentukan dan penyusunan instrument penelitian. Setelah itu, peneliti mengumpulkan data dan melakukan analisis data yang nantinya akan ditarik kesimpulan. Penelitian ini menggunakan variabel konstruk model TAM sebagai berikut:

- ***Mobile Perceived Facilitating Condition***

Perceived Facilitating Condition merupakan pengukuran sejauh mana individu percaya bahwa infrastruktur organisasi dan teknis dapat mendukung penggunaan system, termasuk dukungan manajerial dan organisasi yang dirasakan serta ketersediaan sumber daya (Riyadi et al., n.d.). Penelitian lainnya mengemukakan bahwa mendefinisikan *facilitating condition* adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa infrastruktur ada untuk mendukung penggunaan sistem dengan komponen eksternal dan kondisi objektif dilingkungan pengguna yang membuat perilaku mudah atau sulit untuk diterapkan sebagai kondisi fasilitas (Sichone et al., 2017). *Perceived Facilitating Condition* didefinisikan sebagai persepsi penilaian terhadap kepercayaan pengguna dengan mendukung fasilitas seperti kondisi perangkat keras yang digunakan dan kondisi baterai dari perangkat keras yang digunakan akan berpengaruh terhadap manfaat yang dirasakan dan mempengaruhi *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* (tom Dieck and Jung, 2018).

H7: Mobile Perceived Facilitating Condition berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Mobile Perceived Usefulness.

- ***Mobile Perceived Compatibility***

Perceived Compatibility didefinisikan sebagai sejauh mana sistem dianggap konsisten dengan nilai-nilai yang ada, kebutuhan calon pengguna dan pengalaman penggunaan masa lalu dari sistem (Moore & Benbasat, 1991). Pada penelitian lainnya mengemukakan bahwa *Perceived Compatibility* merupakan kompatibilitas inovasi dengan nilai-nilai kepercayaan penggunaan dengan ide dan kebutuhan sebelum pengenalan inovasi baru sehingga berdampak kepada

kecenderungan seseorang untuk menciptakan inovasi baru seperti aplikasi berbasis mobile (Ardana, 2014). *Perceived Compatibility* menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi terhadap *Perceived Usefulness* berdasarkan faktor terpenuhinya kebutuhan yang sesuai dengan gaya pengguna dan system yang efektif dengan meningkatkan produktifitas pengguna sistem (Noor et al., 2017).

H3: Mobile Perceived Compatibility berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Mobile Perceived Usefulness

H4: Mobile Perceived Compatibility berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Mobile Perceived Ease of Use

- **Mobile Perceived Ease of Use**

Perceived Usefulness merupakan tingkat dimana seseorang percaya untuk menggunakan sebuah system tertentu yang dapat memberikan kegunaan bagi penggunanya untuk meningkatkan prestasi kerja (Loanata & Tileng, 2016). *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap persepsi niat konsumen untuk menggunakan Kembali/ *Perceived Ease of Use* teknologi karena informasi-informasi yang dibutuhkan dengan cepat tersampaikan (Lexiansyah, 2003). Menurut penelitian lainnya mengemukakan bahwa *Perceived Usefulness* menjadi konstruk yang berperan dalam banyak model penerimaan teknologi yang telah disusulkan sejak tahun 1989. *Perceived Usefulness* didefinisikan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan pekerjaannya. Menurut penelitian lainnya menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh pada minat penggunaan teknologi kepada konsumen/ Consumer Intention to Use (Tan & Ooi, 2018).

H1: Mobile Perceived Usefulness berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Mobile Perceiver Consumer Intention to Use.

- **Perceived Ease of Use**

Perceived Ease of Use merupakan persepsi dimana seseorang percaya menggunakan suatu system tertentu dan memberikan kemudahan dalam melakukan sesuatu sehingga menjadi faktor penggunaan kembali oleh user (Loanata & Tileng, 2016). Penelitian lainnya menyebutkan bahwa *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention to Use* dikarenakan mudahnya penggunaan dan mudah dimengertinya suatu teknologi, sehingga pengguna mahir untuk menggunakannya (Lexiansyah, 2003). *Perceived Ease of Use* adalah konsep penting dalam banyak model penerimaan teknologi sehingga berdampak positif pada Behavioral Intention to Use atau niat perilaku penggunaan kembali untuk menggunakan teknologi tertentu (Wulandari & Pratiwi, 2020). Penelitian lainnya menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap minat konsumen atau *Behavioral Intention to Use* melalui kemudahan mengendalikan dan menggunakan sehingga pengguna mudah untuk terampil dalam penggunaan (Tan & Ooi, 2018).

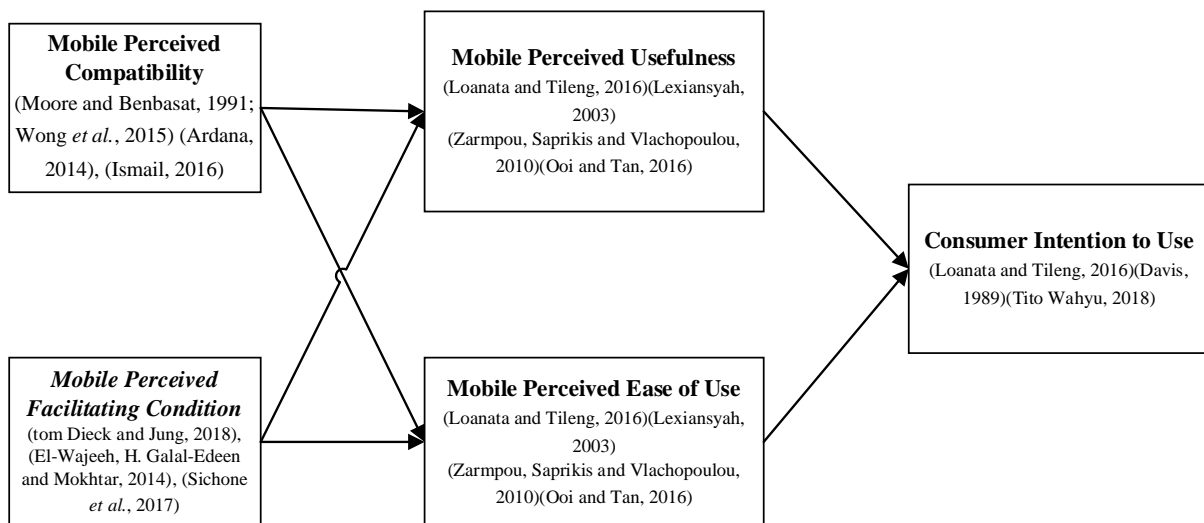
H2: Mobile Ease of Use berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Mobile Perceiver Consumer Intention to Use.

- **Behavioral Intention to use**

Behavioral Intention to use merupakan suatu kecenderungan intensi dari pengguna untuk menggunakan teknologi yang diberikan. Tingkat penggunaan sebuah teknologi komputer pada seseorang dapat diprediksi dari sikap perhatiannya terhadap suatu teknologi, misal keinginan untuk terus menggunakan teknologi tersebut dan merekomendasikannya kepada orang lain *Behavioral Intention* didefinisikan sebagai keinginan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. *Behavioral Intention* menggambarkan profitabilitas subjektif seseorang bahwa ia akan melakukan beberapa perilaku (Tito Wahyu, 2018).

Menurut penelitian lainnya *Intention to Use* merupakan kecenderungan perilaku dari pengguna untuk tetap menggunakan suatu teknologi yang diberikan (Davis, 1989).

Berdasarkan perancangan hipotesis di atas, dapat disimpulkan dalam bentuk paradigma penelitian sebagai berikut:



Gambar 1. Paradigma Penelitian

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kuisisioner penelitian disusun menjadi enam kelompok sesuai dengan jumlah variabelnya. Jumlah item survei yang digunakan terdiri dari 24 pertanyaan. Kuisisioner yang digunakan untuk pengukuran variabel terdiri dari Mobile Perceived Facilitating Condition, Mobile Perceived Compatibility, Mobile Perceived Usefulness, Mobile Perceived Ease of Use dan Consumer Intention to Use. Semua kuisisioner diukur pada skala ordinal dan ditempatkan dalam format skala Likert.

Alat ukur penelitian (*instrument*) dikatakan valid apabila alat pengukuran penelitian mampu mengukur variabel *Mobile Perceived Facilitating Condition, Mobile Perceived Compatibility, Mobile Perceived Usefulness, Mobile Perceived Ease of Use dan Consumer Intention to Use*. Uji validitas penelitian ini dilakukan dalam keadaan jika r hitung $>$ r tabel maka instrumen tersebut valid, begitu juga sebaliknya, jika r hitung $<$ r berarti instrumen tersebut tidak valid. r tabel dicari dalam tabel r untuk korelasi product moment dengan taraf nyata (α)=0,05 dengan derajat bebas = $n-k$ ($df=371-6$) dan diperoleh r tabel sebesar 0,1022. Adapun hasil uji validitas terhadap variabel *Mobile Perceived Facilitating Condition, Resource, Mobile Perceived Compatibility, Mobile Perceived Usefulness, Mobile Perceived Ease of Use dan Consumer Intention to Use* pada aplikasi Virtual Hotel Operator menggunakan software SPSS ver.25 terlihat pada table berikut:

Tabel 1. Uji Validitas

<i>Correlations</i>	R Hitung	R Tabel	Ket
<i>Mobile Perceived Facilitating Condition (MPFC)</i>			
Pengalaman penggunaan system	0.600	0,102	Valid
Daya baterai	0.365	0,102	Valid
Kuota Internet	0.469	0,102	Valid
<i>Mobile Perceived Financial Resource (MPFR)</i>			
Biaya administrasi	0,414	0,102	Valid
Biaya transaksi	0,617	0,102	Valid
Perangkat	0,7	0,102	Valid
<i>Mobile Perceived Compatibility (MPC)</i>			
Sumber daya	0,724	0,102	Valid

Mudah digunakan	0,748	0,102	Valid
Banruan saat penggunaan	0,415	0,102	Valid
Interaksi user	0,3	0,102	Valid
<i>Mobile Perceived Usefulness (MPU)</i>			
Meningkatkan kinerja	0,731	0,102	Valid
Meningkatkan efektifitas	0,579	0,102	Valid
Mempermudah pekerjaan	0,717	0,102	Valid
Keuntungan	0,591	0,102	Valid
Menurunkan kinerha	0,622	0,102	Valid
<i>Mobile Perceived Ease of Use (MPEU)</i>			
Kemudahan untuk dipelajari	0,783	0,102	Valid
Dapat dikontrol	0,784	0,102	Valid
Mempermudah pekerjaan	0,75	0,102	Valid
Kemudahan penggunaan	0,561	0,102	Valid
<i>Consumer Intention to Use (CIU)</i>			
Kemungkinan terus menggunakan	0,749	0,102	Valid
Kesempatan terus menggunakan	0,786	0,102	Valid
Minat menggunakan	0,704	0,102	Valid
Prioritas penggunaan	0,53	0,102	Valid
Intensitas penggunaan	0,783	0,102	Valid

Dapat dilihat dari Tabel 1 bahwa nilai koefisien korelasi total setiap elemen deklarasi dan elemen lainnya lebih besar dari r tabel = 0,086, sehingga hasil uji validitas ini menegaskan bahwa semua elemen deklarasi yang dikirim ke variabel menghasilkan data yang valid sebagai alat ukur riset dan dapat dimasukkan dalam analisis selanjutnya. Uji reliabilitas dimaksudkan untuk menunjukkan konsistensi relatif hasil pengukuran jika pengukuran diulang dua kali atau lebih. Dengan kata lain, reliabilitas adalah indikator yang menunjukkan sejauh mana alat ukur tersebut memadai jika alat ukur tersebut digunakan dua kali atau lebih untuk mengukur gejala yang sama dan hasil yang diperoleh relatif konsisten. Jika nilai Croanbach Alpha > 0,60 atau $r_{11} > r$ tabel, maka uji reliabilitas instrumen penelitian dianggap reliabel. Hasil uji reliabilitas menggunakan rumus SPSS alpha ver. 25 Lihat tabel di bawah ini:

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Hasil	Kesimpulan
<i>Mobile Perceived Facilitating Condition (MPFC)</i>	0.624	Konsisten
<i>Mobile Perceived Financial Resource (MPFR)</i>	0.735	Konsisten
<i>Mobile Perceived Compatibiity (MPC)</i>	0.763	Konsisten
<i>Mobile Perceived Usefulness (MPU)</i>	0.811	Konsisten
<i>Mobile Perceived Ease of Use (MPEU)</i>	0.822	Konsisten
<i>Consumer Intention to Use (CIU)</i>	0.788	Konsisten

Berdasarkan tabel 2 tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai reliabilitas item pertanyaan dari kuisoner yang diuji, *variabel Mobile Perceived Facilitating Condition (MPFC)* mendapatkan nilai hasil sebesar 0,624, *Mobile Perceived Financial Resource (MPFR)* mendapatkan nilai hasil sebesar 0,735, *Mobile Perceived Compatibiity (MPC)* mendapatkan nilai hasil sebesar 0,763. *Mobile Perceived Usefulness (MPU)* mendapatkan nilai hasil sebesar 0,811, *Mobile Perceived Ease of Use (MPEU)* mendapatkan nilai hasil sebesar 0,822 dan *Consumer Intention to Use (CIU)* mendapatkan

nilai hasil sebesar 0,788. Nilai reliabilitas atau Croanbach's Alpha dari delapan variabel tersebut memiliki nilai yang lebih besar dari 0,60 dan memiliki nilai yang lebih besar dari r tabel yaitu 0,102, dapat disimpulkan bahwa kuisioner telah reliabel.

Perhitungan variabel *Mobile Perceived Usefulness* (MPU) terhadap *Consumer Intention to Use* (CIU). Berdasarkan penelitian dilapangan maka didapati hasil yang menyatakan bahwa *Mobile Perceived Usefulness* (MPU) berpengaruh terhadap *Consumer Intention to Use* (CIU) dengan keseluruhan presentase pengaruh sebesar 47,6%. Nilai tersebut membuktikan bahwa *Mobile Perceived Usefulness* (MPU) dengan indikator mempercepat pemesanan, meningkatkan efektifitas penggunaan, mempermudah pekerjaan, keuntungan dan memperlambat pekerjaan berpengaruh signifikan terhadap *Consumer Intention to Use* (CIU).

Melihat hasil pengaruh diatas maka dapat disimpulkan pengaruh variabel *Mobile Perceived Usefulness* (MPU) dengan hasil tanggapan dari indikator tertinggi yaitu pernyataan meningkatkan efektifitas dengan skala setuju (S) mendapatkan presentase sebesar 41,2% dari 371 responden terbukti meningkatkan *Consumer Intention to Use* (CIU) atau minat penggunaan aplikasi VHO, namun perlu adanya peningkatan dari indikator lainnya agar persepsi kegunaan aplikasi VHO terhadap minat penggunaan dapat lebih meningkat.

Perhitungan variabel *Mobile Perceived Ease of Use* (MPEU) terhadap *Consumer Intention to Use* (CIU). Berdasarkan penelitian dilapangan maka didapati hasil yang menyatakan bahwa *Mobile Perceived Ease of Use* (MPEU) berpengaruh terhadap *Consumer Intention to Use* (CIU) dengan presentase keseluruhan pengaruh sebesar 59,2%. perhitungan Nilai tersebut membuktikan bahwa *Mobile Perceived Ease of Use* (MPEU) dengan indikator kemudahan untuk dipelajari, dapat dikontrol, mudah menjadi terampil dan kesulitan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap *Consumer Intention to Use* (CIU).

Melihat hasil pengaruh diatas maka dapat disimpulkan pengaruh variabel *Mobile Perceived Ease of Use* (MPEU) dengan hasil tanggapan indikator tertinggi yaitu pernyataan dapat dikontrol dengan skala setuju (S) mendapatkan presentase sebesar 47% dari 371 responden terbukti meningkatkan *Consumer Intention to Use* (CIU) atau minat penggunaan aplikasi VHO, namun perlu adanya peningkatan dari indikator lainnya agar persepsi kemudahan penggunaan aplikasi VHO terhadap minat penggunaan dapat lebih meningkat.

Perhitungan variabel *Mobile Perceived Facilitating Condition* (MPFC) terhadap *Mobile Perceived Usefulness* (MPU). Berdasarkan penelitian dilapangan maka didapati hasil yang menyatakan bahwa *Mobile Perceived Facilitating Condition* berpengaruh terhadap *Mobile Perceived Usefulness* (MPU) dengan presentase pengaruh sebesar 26,6%. perhitungan Nilai tersebut membuktikan bahwa *Mobile Perceived Facilitating Condition* (MPFC) dengan indikator pengalaman penggunaan, daya baterai dan kuota internet berpengaruh signifikan terhadap *Mobile Perceived Usefulness* (MPU).

Melihat hasil pengaruh diatas maka dapat disimpulkan pengaruh variabel *Mobile Perceived Facilitating Condition* (MPFC) dengan hasil tanggapan indikator tertinggi yaitu pernyataan daya baterai dengan skala setuju (S) mendapatkan presentase sebesar 49,6% dari 371 responden terbukti meningkatkan *Mobile Perceived Usefulness* (MPU) pada aplikasi VHO, namun perlu adanya peningkatan dari indikator lainnya agar persepsi kondisi fasilitas aplikasi VHO dapat lebih meningkat.

Perhitungan variabel *Mobile Perceived Facilitating Condition* (MPFC) terhadap *Mobile Perceived Ease of Use* (MPEU). Berdasarkan penelitian dilapangan maka didapati hasil yang menyatakan bahwa *Mobile Perceived Facilitating Condition* (MPFC) berpengaruh terhadap variabel *Mobile Perceived Ease of Use* (MPEU) dengan presentase pengaruh sebesar 28,8%. perhitungan Nilai tersebut membuktikan bahwa *Mobile Perceived Facilitating Condition* (MPFC) dengan indikator pengalaman penggunaan, daya baterai dan kuota internet berpengaruh signifikan terhadap *Mobile Perceived Ease of Use* (MPEU).

Melihat hasil pengaruh diatas maka dapat disimpulkan pengaruh variabel *Mobile Perceived Facilitating Condition* (MPFC) dengan hasil tanggapan indikator tertinggi yaitu

pernyataan daya baterai dengan skala setuju (S) mendapatkan presentase sebesar 49,6% dari 371 responden terbukti meningkatkan *Mobile Perceived Usefulness* (MPU) pada aplikasi VHO, namun perlu adanya peningkatan dari indikator lainnya agar persepsi kondisi fasilitas aplikasi VHO dapat lebih meningkat.

Perhitungan variabel *Mobile Perceived Financial Resource* (MPFR) terhadap *Mobile Perceived Usefulness* (MPU). Berdasarkan penelitian dilapangan maka didapati hasil yang menyatakan bahwa *Mobile Perceived Mobile Perceived Financial Resource* (MPFR) berpengaruh terhadap *Mobile Perceived Usefulness* (MPU) dengan presentase pengaruh sebesar 36,6%. perhitungan Nilai tersebut membuktikan bahwa *Mobile Mobile Perceived Financial Resource* (MPFR) dengan indikator biaya administrasi, biaya akses dan biaya transaksi berpengaruh signifikan terhadap *Mobile Perceived Usefulness* (MPU).

Melihat hasil pengaruh diatas maka dapat disimpulkan pengaruh variabel *Mobile Perceived Financial Resource* (MPFR) dengan hasil tanggapan indikator tertinggi yaitu pernyataan biaya akses dengan skala setuju (S) mendapatkan presentase sebesar 58,3% dari 371 responden terbukti meningkatkan *Mobile Perceived Usefulness* (MPU) pada aplikasi VHO, namun perlu adanya peningkatan dari indikator lainnya agar aplikasi VHO dapat lebih meningkat.

Perhitungan variabel *Mobile Perceived Financial Resource* (MPFR) terhadap *Mobile Perceived Ease of Use* (MPEU). Berdasarkan penelitian dilapangan maka didapati hasil yang menyatakan bahwa *Mobile Perceived Mobile Perceived Financial Resource* (MPFR) berpengaruh terhadap *Mobile Perceived Ease of Use* (MPEU) dengan keseluruhan presentase pengaruh sebesar 42%. perhitungan Nilai tersebut membuktikan bahwa *Mobile Perceived Financial Resource* (MPFR) dengan indikator biaya administrasi, biaya akses dan biaya transaksi berpengaruh signifikan terhadap *Mobile Perceived Ease of Use* (MPEU).

Melihat hasil pengaruh diatas maka dapat disimpulkan pengaruh variabel *Mobile Perceived Financial Resource* (MPFR) dengan hasil tanggapan indikator tertinggi yaitu pernyataan biaya akses dengan skala setuju (S) mendapatkan presentase sebesar 58,3% dari 371 responden terbukti meningkatkan *Mobile Perceived Usefulness* (MPU) pada aplikasi VHO, namun perlu adanya peningkatan dari indikator lainnya agar aplikasi VHO dapat lebih meningkat.

Perhitungan variabel *Mobile Perceived Compatibility* (MPC) terhadap *Mobile Perceived Usefulness* (MPU). Berdasarkan penelitian dilapangan maka didapati hasil yang menyatakan bahwa *Mobile Perceived Compatibility* (MPC) berpengaruh terhadap *Mobile Perceived Usefulness* (MPU) dengan keseluruhan presentase pengaruh sebesar 44,3%. perhitungan Nilai tersebut membuktikan bahwa *Mobile Mobile Perceived Compatibility* (MPC) dengan indikator sumber daya, mudah digunakan, bantuan saat penggunaan dan interaksi user berpengaruh signifikan terhadap *Mobile Perceived Usefulness* (MPU).

Perhitungan variabel *Mobile Perceived Compatibility* (MPC) terhadap *Mobile Perceived Ease of Use* (MPEU). Berdasarkan penelitian dilapangan maka didapati hasil yang menyatakan bahwa *Mobile Perceived Mobile Perceived Compatibility* (MPC) berpengaruh terhadap *Mobile Perceived Ease of Use* (MPEU) dengan keseluruhan presentase pengaruh sebesar 44,5%. perhitungan Nilai tersebut membuktikan bahwa *Mobile Perceived Compatibility* (MPC) dengan indikator sumber daya, mudah digunakan, bantuan saat penggunaan dan interaksi user signifikan terhadap *Mobile Perceived Ease of Use* (MPEU).

Melihat hasil pengaruh diatas maka dapat disimpulkan pengaruh variabel *Mobile Perceived Compatibility* (MPC) dengan hasil tanggapan indikator tertinggi yaitu pernyataan mudah digunakan dengan skala setuju (S) mendapatkan presentase sebesar 44,5% dari 371 responden terbukti meningkatkan *Mobile Perceived Usefulness* (MPU) pada aplikasi VHO, namun perlu adanya peningkatan dari indikator lainnya agar aplikasi VHO dapat lebih meningkat.

Perhitungan variabel *Mobile Perceived Usefulness* (MPU) dan *Mobile Perceived Ease of Use* (MPEU) terhadap *Consumer Intention to Use* (CIU). Bersumber pada penelitian dilapangan maka didapati kesimpulan yang menyatakan bahwa *Mobile Perceived Usefulness* (MPU) dan *Mobile*

Perceived Ease of Use (MPEU) berpengaruh simultan terhadap *Consumer Intention to Use (CIU)* dengan nilai signifikan $< 0,05$ dan nilai uji F hitung $324,453 > F$ tabel $3,090$.

Melihat hasil pengaruh di atas dapat disimpulkan bahwa variabel *Mobile Perceived Usefulness (MPU)* dan *Mobile Perceived Ease of Use (MPEU)* berpengaruh simultan terhadap *Consumer Intention to Use (CIU)*. Perhitungan variabel *Mobile Perceived Facilitating Condition (MPFC)*, *Mobile Perceived Financial Resources (MPFR)* dan *Mobile Perceived Compatibility (MPC)* terhadap *Mobile Perceived Usefulness (MPU)*. Berdasarkan penelitian dilapangan maka didapati hasil yang menyatakan bahwa *Mobile Perceived Facilitating Condition (MPFC)*, *Mobile Perceived Financial Resources (MPFR)* dan *Mobile Perceived Compatibility (MPC)* terhadap *Mobile Perceived Usefulness (MPU)* berpengaruh simultan terhadap *Mobile Perceived Usefulness (MPU)* dengan nilai signifikan $< 0,05$ dan nilai uji F hitung $127,294 > F$ tabel $3,090$.

Melihat hasil pengaruh di atas dapat disimpulkan bahwa variabel *Mobile Perceived Facilitating Condition (MPFC)*, *Mobile Perceived Financial Resources (MPFR)* dan *Mobile Perceived Compatibility (MPC)* terhadap *Mobile Perceived Usefulness (MPU)* berpengaruh simultan terhadap *Mobile Perceived Usefulness (MPU)*. Perhitungan variabel *Mobile Perceived Facilitating Condition (MPFC)*, *Mobile Perceived Financial Resources (MPFR)* dan *Mobile Perceived Compatibility (MPC)* terhadap *Mobile Perceived Ease of Use (MPEU)*. Berdasarkan penelitian dilapangan maka didapati hasil yang menyatakan bahwa *Mobile Perceived Facilitating Condition (MPFC)*, *Mobile Perceived Financial Resources (MPFR)* dan *Mobile Perceived Compatibility (MPC)* berpengaruh simultan terhadap *Mobile Perceived Ease of Use (MPEU)* dengan nilai signifikan $< 0,05$ dan nilai uji F hitung $188,502 > F$ tabel $3,090$.

Melihat hasil pengaruh diatas dapat disimpulkan bahwa variabel *Mobile Perceived Facilitating Condition (MPFC)*, *Mobile Perceived Financial Resources (MPFR)* dan *Mobile Perceived Compatibility (MPC)* berpengaruh simultan terhadap *Mobile Perceived Ease of Use (MPEU)*.

SIMPULAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor mobile dengan pendekatan *Technology Acceptance Model (MTAM)* pada aplikasi operator hotel virtual di Indonesia. Hasil penelitian ini menunjukkan mendukung penuh penggunaan teori TAM pada aplikasi operator hotel virtual. Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah persepsi utilitas berpengaruh positif terhadap keinginan konsumen untuk menggunakan aplikasi. Penelitian sebelumnya oleh (Baskara & Sukaadmadja, 2016) menunjukkan bahwa *usability* berpengaruh positif terhadap minat pribadi dalam menggunakan aplikasi operator virtual. Variabel lain dari model TAM juga memiliki pengaruh positif dan signifikan, yang terlihat dari tingginya nilai persepsi konsumen terhadap layanan yang diberikan oleh aplikasi. TAM merupakan model penerimaan sistem teknologi informasi yang akan digunakan oleh pengguna, atau suatu cara dimana masyarakat bersedia menggunakan dan menerapkan sistem teknologi informasi dalam aktivitas sehari-hari.

DAFTAR PUSTAKA

- Baskara, I. M. A., & Sukaadmadja, I. P. G. (2016). PENGARUH ONLINE TRUST DAN PERCEIVED ENJOYMENT TERHADAP ONLINE SHOPPING SATISFACTION DAN REPURCHASE INTENTION LAZADA INDONESIA Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia Globalisasi sudah mempengaruhi perkembangan dunia bisnis saat. *E0Jurnal Manajemen Unud*, 5(11), 7214–7244.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Hendriyaldi, H. (2019). Revolusi Industri 4.0: Tantangan dan Peluang Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Meningkatkan Produktivitas Grand Hotel Jambi. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 4(2), 240. <https://doi.org/10.33087/jmas.v4i2.104>

- Lexiansyah, P. (2003). *Pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepuasan pengguna terhadap niat untuk menggunakan kembali teknologi.*
- Loanata, T., & Tileng, K. G. (2016). Pengaruh Trust dan Perceived Risk pada Intention To Use Menggunakan Technology Acceptance Model (Studi Kasus Pada Situs E-Commerce Traveloka). *JUI SI Jurnal Informatika Dan Sistem Informasi*, 02(2460–1306), 10.
- Moore, G. C., & Benbasat, I. (1991). Development of an instrument to measure the perceptions of adopting an information technology innovation. *Information Systems Research*, 2(3), 192–222. <https://doi.org/10.1287/isre.2.3.192>
- Noor, M., Ismail, I., Hemdi, M. A., Sumarjan, N., & Hanafiah, M. H. (2017). *Customer 's acceptance , usage and M-Satisfaction of Mobile Hotel Reservation Apps (MHRA) Mohd Noor Ismawi Ismail *.* November.
- Prakarsa, G. (2020). Integration of Mobile Perceived Compatibility, Mobile Perceived Financial Resources, and Mobile Perceived System Quality with TAM in Virtual Hotel Operator Applications in Indonesia. *International Journal of Global Operations Research*, 1(2), 62–70. <https://doi.org/10.47194/ijgor.v1i2.36>
- Prakarsa, G., Maharani Nasution, V., & Gapura Bhagya, T. (2021). Model Penerimaan Pengguna untuk Aplikasi Mobile Virtual Hotel Operator. *Jurnal Sains Dan Teknik*, 3(1). <http://ejournal.uicm-unbar.ac.id/index.php/sainteks/hal>.
- Riyadi, Y., Wiguna, H., Haryanto, S., & Kom, M. T. (n.d.). *SISTEM BERBASIS ATURAN MENGGUNAKAN LOGIKA FUZZY TSUKAMOTO UNTUK PREDIKSI JUMLAH PRODUKSI ROTI PADA CV. GENDIS BAKERY.*
- Sichone et al., 2017. (2017). The influence of facilitating conditions, perceived benefits, and perceived risk on intention to adopt e-filing in Tanzania. *Academic Journal of Economic Studies*, Vol.2, No.(0856-2253 (eISSN 2546-213X), 55–63.
- Tan, G. W. H., & Ooi, K. B. (2018). Gender and age: Do they really moderate mobile tourism shopping behavior? *Telematics and Informatics*, 35(6), 1617–1642. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2018.04.009>
- Warmayana, I. G. A. K. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing dalam Promosi Pariwisata pada Era Industri 4.0. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya*, 3(2), 81. <https://doi.org/10.25078/pba.v3i2.649>
- Wulandari, N., & Pratiwi, W. D. (2020). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Tamu Menginap Di Oyorooms Kota Bukittinggi. *Ensiklopedia of Journal*, 3(2), 229–238. <http://jurnal.ensiklopediaku.org>