

## ANALISIS PENERIMAAN TEKNOLOGI APLIKASI MAXIM OLEH MASYARAKAT KOTA KUPANG DENGAN MODEL TAM

Sky Franclyn Theedens<sup>1</sup>, Preity Amaral Rambu Nggara<sup>2</sup> dan Refly Chardalesa Maka Ndolu<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Ilmu Komputer, Universitas Nusa Cendana, Jln. Adi Sucipto Penfui Undana Kupang, Indonesia

Email: [skytheedens@gmail.com](mailto:skytheedens@gmail.com)

<sup>2</sup>Departemen Sipil, Lembaga Teknologi Nusantara, Jl. Gajahmada 44 Yogyakarta

Email: [amaralrambunggara@gmail.com](mailto:amaralrambunggara@gmail.com)

<sup>3</sup>Departemen Lingkungan, Universitas Teknologi, Jl. Tertentu 10, Jakarta

Email: [reflymdl@gmail.com](mailto:reflymdl@gmail.com)

### ABSTRAK

Perkembangan layanan transportasi daring berbasis aplikasi telah mendorong perubahan perilaku masyarakat dalam memenuhi kebutuhan mobilitas, termasuk di Kota Kupang. Salah satu aplikasi yang digunakan masyarakat adalah Maxim, yang dikenal dengan tarif relatif terjangkau dan kemudahan akses layanan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan dan niat penggunaan aplikasi Maxim dengan menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)* yang diperluas melalui penambahan variabel *Price Value (PV)*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner terstruktur yang disebarluaskan kepada pengguna aplikasi Maxim di Kota Kupang. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode *Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* untuk menguji validitas, reliabilitas, serta hubungan kausal antar konstruk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use (PEOU)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived Usefulness (PU)* dan *Attitude Toward Using (ATU)*. Selanjutnya, *Perceived Usefulness (PU)* berpengaruh positif terhadap *Attitude Toward Using (ATU)*, namun tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap *Behavioral Intention (BI)*. *Attitude Toward Using (ATU)* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention (BI)*, sehingga sikap pengguna menjadi faktor kunci dalam mendorong niat penggunaan aplikasi. Selain itu, *Price Value (PV)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived Usefulness (PU)* dan *Behavioral Intention (BI)*, yang menegaskan pentingnya pertimbangan nilai harga dalam konteks layanan transportasi daring. Secara keseluruhan, penelitian ini membuktikan bahwa model TAM yang diperluas dengan variabel Price Value mampu menjelaskan perilaku penerimaan aplikasi Maxim secara lebih komprehensif serta memberikan implikasi teoretis dan praktis bagi pengembangan layanan transportasi daring.

Kata kunci: Technology Acceptance Model, Price Value, Transportasi Daring, Maxim, Niat Penggunaan

### ABSTRACT

The development of application-based transportation services has driven changes in people's behavior in meeting mobility needs, including in Kupang City. One of the applications used by the public is Maxim, which is known for its relatively affordable rates and easy access to services. This study aims to analyze the factors that influence the acceptance and intention to use the Maxim application using the Technology Acceptance Model (TAM) approach supplemented by the addition of the Price Value (PV) variable. This study uses a quantitative method with data collection techniques through structured questionnaires distributed to Maxim application users in Kupang City. The data obtained were analyzed using the Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method to test the validity, reliability, and causal relationships between constructs. The results show that Perceived Ease of Use (PEOU) has a positive and significant effect on Perceived Effectiveness (PU) and Attitude Toward Used (ATU). Furthermore, Perceived Effectiveness (PU) has a positive effect on Attitude Toward Used (ATU), but does not have a direct significant effect on Behavioral Intention (BI). Attitude Toward Use (ATU) has been shown to have a positive and significant effect on Behavioral Intention (BI), making user attitude a key factor in driving the intention to use the application. Furthermore, Price Value (PV) has a positive and significant effect on Perceived Effectiveness (PU) and Behavioral Intention (BI), confirming the importance of considering price value in the context of the Maxim transportation service. Overall, this study

demonstrates that the TAM model, complemented by the Price Value variable, is able to explain the acceptance behavior of the Maxim application more comprehensively and provides theoretical and practical insights for the development of the Maxim transportation service.

Keywords: Technology Acceptance Model, Price Value, Transportation Awareness, Maxim, Intention to Use

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong transformasi signifikan dalam berbagai sektor kehidupan, termasuk sektor transportasi. Integrasi teknologi digital ke dalam sistem transportasi telah melahirkan layanan transportasi berbasis aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk mengakses layanan secara lebih cepat, fleksibel, dan efisien [1]. Layanan transportasi daring (ride-hailing) kini menjadi bagian penting dari mobilitas perkotaan dan telah mengubah cara masyarakat merencanakan serta melakukan perjalanan sehari-hari [2]. Berbagai platform ride-hailing bersaing untuk menarik pengguna melalui inovasi fitur, peningkatan kualitas layanan, serta strategi harga yang kompetitif. Salah satu platform yang beroperasi di Indonesia adalah Maxim, sebuah perusahaan transportasi daring asal Rusia yang telah memperluas layanannya ke berbagai negara, termasuk Indonesia sejak tahun 2018 [3]. Maxim menyediakan beragam layanan, seperti transportasi roda dua dan roda empat, pengantaran barang, serta layanan berbasis kebutuhan harian lainnya. Dalam lanskap persaingan ride-hailing di Indonesia, Maxim dikenal sebagai penyedia layanan dengan tarif relatif terjangkau, sehingga menjadi alternatif bagi masyarakat di berbagai kota, termasuk wilayah di luar pusat metropolitan. Meskipun layanan transportasi daring semakin banyak digunakan, pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan dan niat penggunaan aplikasi ride-hailing masih menjadi isu penting dalam kajian sistem informasi. Sejumlah penelitian terdahulu lebih banyak menekankan aspek kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pengguna [4], [5]. Pendekatan tersebut belum sepenuhnya menjelaskan proses psikologis dan perceptual yang mendasari keputusan individu dalam menerima dan menggunakan aplikasi transportasi daring sebagai sebuah teknologi. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan teoretis yang mampu menjelaskan perilaku adopsi teknologi secara sistematis. Salah satu model yang paling banyak digunakan untuk menjelaskan penerimaan teknologi adalah Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis. TAM menyatakan bahwa *Perceived Ease of Use (PEOU)* dan *Perceived Usefulness (PU)* merupakan dua konstruk utama yang memengaruhi sikap pengguna, niat penggunaan, dan adopsi aktual suatu sistem teknologi [6]. Model ini telah digunakan secara luas dalam berbagai konteks layanan digital, termasuk e-commerce, mobile banking, dan aplikasi transportasi daring. Sejumlah studi empiris menunjukkan bahwa TAM memiliki kemampuan prediktif yang baik dalam menjelaskan niat penggunaan layanan berbasis aplikasi [7], [8].

Model TAM klasik memiliki keterbatasan karena belum secara eksplisit mempertimbangkan faktor ekonomi yang relevan dalam konteks layanan berbayar. Dalam layanan transportasi daring, keputusan pengguna tidak hanya dipengaruhi oleh kemudahan dan kegunaan sistem, tetapi juga oleh pertimbangan biaya yang harus dikeluarkan dibandingkan dengan manfaat yang diperoleh. Keterbatasan ini mendorong pengembangan dan perluasan model penerimaan teknologi, salah satunya melalui *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2)* yang diperkenalkan oleh Venkatesh et al. Model ini menambahkan konstruk *Price Value (PV)* untuk menjelaskan perilaku konsumen dalam konteks teknologi berbasis layanan [9]. *Price Value* didefinisikan sebagai evaluasi kognitif pengguna terhadap keseimbangan antara manfaat yang diperoleh dari penggunaan teknologi dan biaya moneter yang harus dikeluarkan. Ketika manfaat yang dirasakan melebihi biaya, maka nilai harga akan dipersepsi secara positif dan mendorong niat penggunaan teknologi [9]. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa *Price Value* memiliki peran signifikan dalam memengaruhi niat penggunaan aplikasi berbasis layanan, terutama pada konteks konsumen yang sensitif terhadap harga [10]. Namun, integrasi konstruk *Price Value* ke dalam kerangka TAM masih relatif terbatas, khususnya dalam penelitian mengenai layanan transportasi daring di wilayah non-metropolitan dan daerah berkembang.

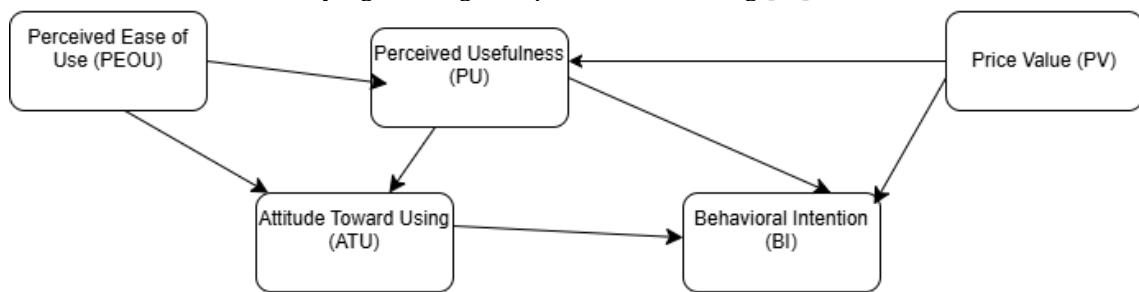
Berdasarkan kesenjangan penelitian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerimaan aplikasi Maxim menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) yang diperluas dengan variabel *Price Value (PV)*. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih

komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi sikap dan niat penggunaan aplikasi transportasi daring, serta memperkaya literatur penerimaan teknologi dengan mengintegrasikan perspektif nilai ekonomi ke dalam kerangka TAM. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan implikasi praktis bagi penyedia layanan transportasi daring dalam merumuskan strategi harga dan pengembangan layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna.

## 2. MATERI DAN METODE

### 2.1 Technology Acceptance Model (TAM)

*Technology Acceptance Model (TAM)* sebuah teori fundamental yang sering diterapkan untuk memahami variabel-variabel yang memengaruhi penerimaan teknologi[11].



**Gambar 1.** Model TAM

Setiap variabel memiliki peran spesifik dalam menjelaskan penerimaan masyarakat terhadap penggunaan aplikasi Maxim, yaitu sebagai berikut:

#### 2.1.1 Perceived Ease of Use (PEOU)

Variabel ini menggambarkan sejauh mana pengguna merasa bahwa aplikasi Maxim mudah dipelajari, mudah dioperasikan, dan tidak menimbulkan kesulitan dalam penggunaan. Semakin tinggi persepsi kemudahan, semakin besar kemungkinan pengguna merasa nyaman dan bersedia menggunakan aplikasi tersebut.

#### 2.1.2 Perceived Usefulness (PU)

Perceived Usefulness mencerminkan sejauh mana pengguna percaya bahwa aplikasi Maxim memberikan manfaat nyata, seperti efisiensi waktu, kemudahan pemesanan transportasi, atau peningkatan efektivitas aktivitas sehari-hari. Pengguna yang merasakan manfaat tinggi cenderung memiliki sikap dan niat penggunaan yang lebih positif.

#### 2.1.3 Attitude Toward Using (ATU)

Variabel ini mengukur sikap atau evaluasi positif maupun negatif pengguna terhadap penggunaan aplikasi Maxim. Sikap ini terbentuk dari persepsi kemudahan dan kebermanfaatan yang dirasakan, sehingga memainkan peran penting dalam menentukan apakah seseorang bersedia menggunakan aplikasi tersebut secara berkelanjutan.

#### 2.1.4 Behavioral Intention (BI)

Behavioral Intention merujuk pada niat atau keinginan individu untuk terus menggunakan aplikasi Maxim di masa mendatang. Niat ini dipengaruhi oleh sikap, persepsi manfaat, dan penilaian nilai harga yang diterima pengguna. Semakin positif persepsi dan sikap terhadap aplikasi, semakin tinggi niat pengguna untuk menggunakannya.

#### 2.1.5 Price Value (PV)

Price Value menggambarkan penilaian pengguna terhadap keseimbangan antara biaya yang dikeluarkan dan manfaat yang diperoleh dari penggunaan aplikasi Maxim. Dalam konteks transportasi daring, PV menjadi faktor penting karena pengguna cenderung mempertimbangkan apakah harga layanan yang dibayar sesuai dengan kualitas dan manfaat yang mereka terima.

## 2.2 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka konseptual yang dibangun dari Technology Acceptance Model (TAM) dan penambahan variabel Price Value (PV), maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hipotesis 1: Perceived Ease of Use (PEOU) berpengaruh positif terhadap Perceived Usefulness (PU).

Perceived Ease of Use (PEOU) didefinisikan sebagai tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan suatu sistem tidak memerlukan usaha yang besar. Dalam Technology Acceptance Model (TAM), Davis menyatakan bahwa sistem yang mudah digunakan akan meningkatkan persepsi pengguna terhadap kegunaan sistem tersebut[12]. Ketika pengguna tidak mengalami kesulitan teknis dalam mengoperasikan sistem, mereka dapat lebih fokus pada manfaat fungsional yang diperoleh, sehingga persepsi kegunaan (PU) meningkat. Oleh karena itu, kemudahan penggunaan memiliki peran penting dalam membentuk persepsi bahwa teknologi tersebut bermanfaat.

Hipotesis 2: Perceived Ease of Use (PEOU) berpengaruh positif terhadap Attitude Toward Using (ATU)

Attitude Toward Using (ATU) menggambarkan sikap evaluatif pengguna terhadap penggunaan suatu teknologi. Sistem yang mudah dipahami dan dioperasikan cenderung menimbulkan pengalaman penggunaan yang positif. Davis, Bagozzi, dan Warshaw menjelaskan bahwa PEOU memiliki pengaruh langsung terhadap sikap pengguna, karena kemudahan penggunaan dapat mengurangi beban kognitif dan meningkatkan kenyamanan dalam berinteraksi dengan sistem [7]. Dengan demikian, semakin tinggi persepsi kemudahan penggunaan, semakin positif sikap pengguna terhadap penggunaan teknologi.

Hipotesis 3: Perceived Usefulness (PU) berpengaruh positif terhadap Attitude Toward Using (ATU)

Perceived Usefulness (PU) merujuk pada tingkat keyakinan pengguna bahwa penggunaan sistem dapat meningkatkan kinerja atau produktivitas mereka. Apabila pengguna merasakan manfaat nyata dari penggunaan teknologi, maka sikap terhadap teknologi tersebut akan cenderung positif. Dalam TAM, PU merupakan salah satu determinan utama sikap pengguna terhadap sistem informasi [12]. Oleh karena itu, persepsi kegunaan yang tinggi akan mendorong terbentuknya sikap positif terhadap penggunaan sistem.

Hipotesis 4: Perceived Usefulness (PU) berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention (BI)

Behavioral Intention (BI) menunjukkan tingkat niat pengguna untuk menggunakan teknologi di masa mendatang. TAM menegaskan bahwa PU memiliki pengaruh langsung terhadap BI, bahkan tanpa dimediasi oleh sikap [7]. Pengguna yang meyakini bahwa suatu teknologi mampu meningkatkan efektivitas dan efisiensi kerja akan memiliki kecenderungan yang lebih kuat untuk menggunakan teknologi tersebut. Oleh sebab itu, PU menjadi faktor kunci dalam mendorong niat penggunaan sistem.

Hipotesis 5: Attitude Toward Using (ATU) berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention (BI)

Hubungan antara sikap dan niat perilaku dijelaskan dalam Theory of Reasoned Action (TRA), yang menyatakan bahwa sikap positif terhadap suatu perilaku akan meningkatkan niat untuk melakukan perilaku tersebut [13]. Dalam konteks penerimaan teknologi, pengguna yang memiliki sikap positif terhadap penggunaan sistem akan menunjukkan niat yang lebih besar untuk menggunakannya secara berkelanjutan. Oleh karena itu, ATU berperan sebagai faktor penting dalam membentuk BI.

Hipotesis 6: Price Value (PV) berpengaruh positif terhadap Perceived Usefulness (PU)

Price Value (PV) menggambarkan evaluasi pengguna terhadap keseimbangan antara manfaat yang diperoleh dan biaya yang harus dikeluarkan. Dalam pengembangan model UTAUT2, Venkatesh et al. menjelaskan bahwa apabila manfaat yang dirasakan melebihi biaya yang dikeluarkan, maka pengguna akan menilai teknologi tersebut sebagai berguna [9]. Dengan demikian, PV yang positif dapat meningkatkan persepsi kegunaan sistem.

### Hipotesis 7: Price Value (PV) berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention (BI)

Selain memengaruhi persepsi kegunaan, Price Value juga memiliki pengaruh langsung terhadap niat penggunaan. Venkatesh et al. menyatakan bahwa pengguna akan memiliki niat yang lebih kuat untuk menggunakan teknologi apabila mereka menilai bahwa biaya yang dikeluarkan sebanding dengan manfaat yang diperoleh [9]. Dalam konteks teknologi berbasis layanan, PV menjadi determinan penting dalam keputusan adopsi dan penggunaan berkelanjutan.

#### 2.2 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan tahapan untuk memperoleh data primer maupun sekunder dalam sebuah penelitian. Langkah ini sangat krusial karena informasi yang diperoleh akan menjadi dasar dalam menyelesaikan permasalahan yang diteliti atau dalam menguji hipotesis yang telah disusun sebelumnya. Pada penelitian ini, metode pengumpulan data dilakukan melalui survei menggunakan kuesioner terstruktur. Kuesioner dalam penelitian ini disusun berdasarkan indikator-indikator utama dalam model Technology Acceptance Model (TAM), yang meliputi *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *Attitude Toward Using*, *Price Value*, dan *Behavioral Intention*. Seluruh butir pernyataan dikembangkan dengan mengacu pada landasan teori dan temuan penelitian terdahulu yang relevan dalam kajian penerimaan teknologi, sehingga memastikan validitas konseptual instrumen. Pengukuran persepsi responen dilakukan menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju), karena skala ini dinilai mampu merepresentasikan tingkat persetujuan secara kuantitatif dan memberikan kemudahan dalam proses analisis statistik.

##### 2.2.1 Demografi Responden

Variabel	Kategori	Jumlah (orang)	Persentase
<b>Jenis Kelamin</b>	Laki-laki	97	50,50%
	Perempuan	95	49,50%
<b>Usia</b>	<17 Tahun	2	1,00%
	17–25 Tahun	108	56,30%
	26–35 Tahun	61	31,80%
	>35 Tahun	20	10,40%
	>17 Tahun*	1	0,50%
	Pelajar/Mahasiswa	86	44,80%
<b>Pekerjaan</b>	Pegawai Negeri	49	25,50%
	Pegawai Swasta	39	20,30%
	Wirausaha	13	6,80%
	ASN PPPK	1	0,50%
	Guru	1	0,50%
	Ibu Rumah Tangga	1	0,50%
<b>Frekuensi Penggunaan Maxim</b>	Vikaris	1	0,50%
	Setiap Hari	18	9,40%
	Beberapa Kali Seminggu	57	29,70%
	Beberapa Kali Sebulan	52	27,10%

<b>Lama Menggunakan Maxim</b>	Jarang Sekali	65	33,90%
	<1 Bulan	44	22,90%
	1–6 Bulan	52	27,10%
	>6 Bulan	96	50,00%

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Hasil Analisis Model Pengukuran

Analisis ini bertujuan untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen (indikator) yang digunakan dalam penelitian.

##### 3.1.1 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai tingkat konsistensi internal indikator dalam mengukur masing-masing konstruk laten. Pada penelitian ini, reliabilitas dievaluasi menggunakan Cronbach's Alpha ( $\alpha$ ) dan Composite Reliability ( $\rho_c$ ). Menurut Hair et al., nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability yang melebihi 0,70 menunjukkan bahwa konstruk memiliki tingkat reliabilitas yang baik dan dapat diterima dalam penelitian kuantitatif berbasis Structural Equation Modeling (SEM) [14], [15].

Konstruk	Cronbach's Alpha	Composite Reliability ( $\rho_c$ )	Keterangan
ATU	0,891	0,920	Reliabel ( $>0,70$ )
BI	0,924	0,942	Reliabel ( $>0,70$ )
PEOU	0,882	0,914	Reliabel ( $>0,70$ )
PU	0,878	0,916	Reliabel ( $>0,70$ )
PV	0,846	0,896	Reliabel ( $>0,70$ )

Berdasarkan hasil pengujian, seluruh konstruk penelitian, yaitu Attitude Toward Using (ATU), Behavioral Intention (BI), Perceived Ease of Use (PEOU), Perceived Usefulness (PU), dan Price Value (PV), menunjukkan nilai Cronbach's Alpha yang berada pada rentang 0,846 hingga 0,924, serta nilai Composite Reliability pada rentang 0,896 hingga 0,942. Nilai-nilai tersebut seluruhnya berada di atas ambang batas minimum yang direkomendasikan ( $>0,70$ ).

Hasil ini mengindikasikan bahwa setiap konstruk memiliki konsistensi internal yang tinggi, di mana indikator-indikator penyusunnya mampu mengukur konstruk secara stabil dan konsisten. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk dalam model penelitian dinyatakan reliabel, sehingga layak digunakan untuk pengujian model struktural dan pengujian hipotesis lebih lanjut.

##### 3.1.2 Uji Validitas Konvergen

Validitas konvergen digunakan untuk menilai sejauh mana indikator-indikator dalam suatu konstruk laten memiliki tingkat kesesuaian dan mampu menjelaskan konstruk yang sama. Pada penelitian ini, validitas konvergen dievaluasi menggunakan nilai Average Variance Extracted (AVE). Menurut Fornell dan Larcker, nilai AVE yang lebih besar dari 0,50 menunjukkan bahwa konstruk mampu menjelaskan lebih dari 50% varians indikator-indikatornya, sehingga dapat dinyatakan memiliki validitas konvergen yang baik [16]. Kriteria ini juga direkomendasikan dalam analisis berbasis SEM-PLS [14].

Konstruk	AVE	Keterangan
ATU	0,696	Valid ( $>0,50$ )
BI	0,766	Valid ( $>0,50$ )
PEOU	0,679	Valid ( $>0,50$ )

PU	733	Valid (>0.50)
PV	684	Valid (>0.50)

Berdasarkan hasil pengujian, seluruh konstruk dalam penelitian ini, yaitu Attitude Toward Using (ATU), Behavioral Intention (BI), Perceived Ease of Use (PEOU), Perceived Usefulness (PU), dan Price Value (PV), memiliki nilai AVE pada rentang 0,679 hingga 0,766. Seluruh nilai tersebut telah melampaui batas minimum yang disyaratkan (> 0,50).

Hasil ini menunjukkan bahwa indikator-indikator yang digunakan dalam setiap konstruk mampu merepresentasikan konstruk laten secara memadai. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk dalam model penelitian telah memenuhi kriteria validitas konvergen, sehingga layak digunakan untuk analisis lanjutan pada model struktural dan pengujian hipotesis.

### 3.1.3 Uji Validitas Diskriminan (Kriteria Fornell-Larcker)

Uji validitas diskriminan dilakukan untuk memastikan bahwa setiap konstruk laten dalam model penelitian memiliki keunikan konseptual dan dapat dibedakan secara empiris dari konstruk lainnya. Pada penelitian ini, validitas diskriminan dievaluasi menggunakan kriteria Fornell-Larcker, yang menyatakan bahwa akar kuadrat dari nilai Average Variance Extracted (AVE) untuk setiap konstruk harus lebih besar dibandingkan nilai korelasi antar konstruk lainnya dalam model [16]. Kriteria ini bertujuan untuk memastikan bahwa suatu konstruk lebih mampu menjelaskan varians indikator-indikatornya sendiri dibandingkan dengan konstruk lain.

	ATU	BI	PEOU	PU	PV
ATU	834				
BI	815	875			
PEOU	657	527	824		
PU	743	710	629	856	
PV	771	801	544	728	827

Berdasarkan hasil pengujian, nilai akar kuadrat AVE (ditunjukkan pada nilai diagonal) untuk setiap konstruk, yaitu ATU (0,834), BI (0,875), PEOU (0,824), PU (0,856), dan PV (0,827), seluruhnya lebih besar dibandingkan nilai korelasi antar konstruk lainnya (nilai di luar diagonal). Hal ini menunjukkan bahwa setiap konstruk memiliki tingkat diskriminasi yang baik terhadap konstruk lain dalam model penelitian.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk dalam model penelitian telah memenuhi kriteria validitas diskriminan berdasarkan pendekatan Fornell-Larcker, sehingga model pengukuran dinyatakan valid dan layak untuk digunakan pada tahap analisis model struktural dan pengujian hipotesis.

## 3.2 Hasil Analisis Model Struktural

Analisis ini menguji hubungan kausal antar konstruk (pengujian hipotesis).

### 3.2.1 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur kemampuan variabel eksogen dalam menjelaskan variabel endogen pada model struktural. Nilai  $R^2$  menunjukkan proporsi varians variabel endogen yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen yang memengaruhinya. Dalam analisis berbasis SEM-PLS, Hair et al. menyatakan bahwa nilai  $R^2$  sebesar 0,75 dikategorikan kuat, 0,50 dikategorikan moderat, dan 0,25 dikategorikan lemah [14], [8].

Variabel	R2	R2	Keterangan
Endogen		Adjusted	

ATU	612	607	61.2% variasi ATU dijelaskan oleh PEOU dan PU. (Kategori Kuat)
BI	741	737	74.1% variasi BI dijelaskan oleh ATU, PU, dan PV. (Kategori Kuat)
PU	608	603	60.8% variasi PU dijelaskan oleh PEOU dan PV. (Kategori Kuat)

Berdasarkan hasil pengujian, variabel Attitude Toward Using (ATU) memiliki nilai  $R^2$  sebesar 0,612, yang menunjukkan bahwa 61,2% variasi ATU dapat dijelaskan oleh variabel Perceived Ease of Use (PEOU) dan Perceived Usefulness (PU), sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Nilai ini berada pada kategori moderat menuju kuat, yang mengindikasikan kemampuan penjelasan model yang baik terhadap ATU.

Selanjutnya, variabel Behavioral Intention (BI) memperoleh nilai  $R^2$  sebesar 0,741, yang berarti 74,1% variasi BI mampu dijelaskan oleh Attitude Toward Using (ATU), Perceived Usefulness (PU), dan Price Value (PV). Nilai ini termasuk dalam kategori kuat, menunjukkan bahwa konstruk-konstruk eksogen dalam model memiliki kontribusi yang sangat signifikan dalam menjelaskan niat perilaku pengguna.

Sementara itu, variabel Perceived Usefulness (PU) memiliki nilai  $R^2$  sebesar 0,608, yang mengindikasikan bahwa 60,8% variasi PU dapat dijelaskan oleh Perceived Ease of Use (PEOU) dan Price Value (PV). Nilai ini juga berada pada kategori moderat menuju kuat, menandakan bahwa variabel eksogen yang digunakan cukup efektif dalam menjelaskan persepsi kegunaan sistem.

Secara keseluruhan, nilai  $R^2$  pada seluruh variabel endogen berada pada kategori moderat hingga kuat, sehingga dapat disimpulkan bahwa model penelitian memiliki daya jelaskan (explanatory power) yang baik dan layak untuk digunakan dalam pengujian hubungan kausal antar konstruk serta pengujian hipotesis.

### 3.2.2 Uji Hipotesis (Koefisien Jalur)

pengujian hipotesis dilakukan menggunakan hasil bootstrapping dengan kriteria  $p\text{-value} < 0.05$  atau  $T\text{-statistics} > 1.96$  (untuk  $\alpha = 5\%$ )

Hipotesis	Hubungan Jalur	Original Sample ( $\beta$ )	T-statistics	p-value	Keputusan	Keterangan
H1	ATU→BI	443	4,711	0	Diterima	Signifikan, positif
H2	PEOU→ATU	315	4,110	0	Diterima	Signifikan, positif
H3	PEOU→PU	331	5,100	0	Diterima	Signifikan, positif
H4	PU→ATU	545	7,584	0	Diterima	Signifikan, positif
H5	PU→BI	98	1,409	159	Ditolak	Tidak Signifikan
H6	PV→BI	388	3,889	0	Diterima	Signifikan, positif
H7	PV→PU	548	8,575	0	Diterima	Signifikan, positif

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa Attitude Toward Using (ATU) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Behavioral Intention (BI). Temuan ini menegaskan bahwa sikap pengguna terhadap aplikasi Maxim merupakan faktor kunci dalam membentuk niat penggunaan. Pengguna yang memiliki penilaian positif terhadap pengalaman menggunakan aplikasi, baik dari segi kenyamanan maupun kepuasan, cenderung memiliki niat yang lebih kuat untuk terus menggunakan layanan tersebut. Hasil ini konsisten dengan Theory of Reasoned Action (TRA) yang menyatakan bahwa sikap merupakan determinan utama niat perilaku individu [13], serta memperkuat peran ATU sebagai variabel mediasi penting dalam kerangka Technology Acceptance Model (TAM) [11], [12].

Penelitian ini menunjukkan bahwa Perceived Ease of Use (PEOU) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Attitude Toward Using (ATU). Hal ini mengindikasikan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi Maxim, seperti kemudahan memahami fitur dan proses pemesanan yang sederhana, mampu menciptakan sikap positif pengguna terhadap aplikasi. Temuan ini sejalan dengan TAM yang dikemukakan oleh Davis, yang menekankan bahwa teknologi yang mudah digunakan akan lebih mudah diterima karena mengurangi beban kognitif pengguna [11]. Hasil ini juga konsisten dengan temuan Davis et al. yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh langsung terhadap sikap pengguna terhadap teknologi [12].

Perceived Ease of Use (PEOU) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perceived Usefulness (PU). Temuan ini menunjukkan bahwa ketika pengguna merasa aplikasi Maxim mudah digunakan, mereka cenderung menilai aplikasi tersebut lebih bermanfaat dalam menunjang aktivitas mobilitas sehari-hari. Hal ini mendukung asumsi dasar TAM bahwa kemudahan penggunaan akan meningkatkan persepsi kegunaan karena pengguna dapat memanfaatkan fungsi sistem secara optimal tanpa mengalami hambatan teknis [11]. Dengan demikian, kemudahan penggunaan menjadi fondasi penting dalam membangun persepsi kegunaan aplikasi transportasi daring.

Dari hasil pengujian ini juga menunjukkan bahwa, Perceived Usefulness (PU) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Attitude Toward Using (ATU). Temuan ini mengindikasikan bahwa manfaat nyata yang dirasakan pengguna, seperti efisiensi waktu dan kemudahan akses transportasi, berkontribusi dalam membentuk sikap positif terhadap penggunaan aplikasi Maxim. Hasil ini sejalan dengan TAM yang menempatkan PU sebagai determinan utama sikap pengguna terhadap teknologi [11]. Dalam konteks Kota Kupang, persepsi kegunaan aplikasi tampaknya memainkan peran penting dalam membangun evaluasi positif pengguna terhadap layanan Maxim.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Perceived Usefulness (PU) tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap Behavioral Intention (BI). Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun pengguna merasakan manfaat dari aplikasi Maxim, manfaat tersebut belum cukup untuk secara langsung mendorong niat penggunaan. Hasil ini mengisyaratkan bahwa pengaruh PU terhadap BI bersifat tidak langsung dan kemungkinan dimediasi oleh sikap pengguna (ATU). Temuan ini menunjukkan bahwa dalam konteks transportasi daring, niat penggunaan tidak hanya ditentukan oleh pertimbangan fungsional semata, tetapi juga oleh evaluasi sikap yang terbentuk dari pengalaman penggunaan. Fenomena serupa juga ditemukan pada beberapa studi TAM yang menunjukkan bahwa PU dapat kehilangan pengaruh langsung terhadap BI ketika variabel sikap berperan dominan [12].

Price Value (PV) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Behavioral Intention (BI). Temuan ini menegaskan bahwa pertimbangan nilai ekonomi merupakan faktor penting dalam mendorong niat penggunaan aplikasi Maxim. Pengguna cenderung memiliki niat lebih besar untuk menggunakan layanan ketika biaya yang dikeluarkan dianggap sebanding dengan manfaat yang diperoleh. Hasil ini sejalan dengan model UTAUT2 yang dikemukakan oleh Venkatesh et al., yang menekankan bahwa price value menjadi determinan utama niat penggunaan pada teknologi berbasis layanan konsumen [14]. Dalam konteks Kota Kupang, tarif yang relatif terjangkau menjadi keunggulan kompetitif Maxim dalam menarik dan mempertahankan pengguna.

Price Value tidak hanya memengaruhi niat penggunaan secara langsung, Price Value (PV) juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perceived Usefulness (PU). Temuan ini menunjukkan bahwa pengguna cenderung menilai aplikasi Maxim lebih bermanfaat apabila harga layanan yang dibayarkan dianggap sepadan dengan kualitas dan manfaat yang diterima. Hal ini memperkuat pandangan bahwa persepsi kegunaan tidak hanya dibentuk oleh fitur dan fungsi sistem, tetapi juga oleh evaluasi nilai ekonomi yang dirasakan pengguna. Temuan ini konsisten dengan penelitian Venkatesh et al. yang menyatakan bahwa price value berperan penting dalam membentuk persepsi dan keputusan adopsi teknologi [14].

Secara keseluruhan, hasil diskusi menunjukkan bahwa niat penggunaan aplikasi Maxim di Kota Kupang lebih dominan dipengaruhi oleh sikap pengguna dan pertimbangan nilai harga, dibandingkan oleh persepsi kegunaan secara langsung. Temuan ini mengindikasikan bahwa penerimaan teknologi dalam konteks transportasi daring tidak hanya bersifat rasional-fungsional, tetapi juga melibatkan evaluasi sikap

dan pertimbangan ekonomi. Dengan demikian, perluasan TAM dengan menambahkan variabel Price Value terbukti relevan dan mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai perilaku adopsi aplikasi Maxim.

#### 4. KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Perceived Ease of Use (PEOU) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perceived Usefulness (PU) dan Attitude Toward Using (ATU), yang menegaskan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi Maxim meningkatkan persepsi manfaat serta membentuk sikap positif pengguna. Selanjutnya, Perceived Usefulness (PU) terbukti berpengaruh positif terhadap Attitude Toward Using (ATU), namun tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap Behavioral Intention (BI), yang mengindikasikan bahwa pengaruh manfaat terhadap niat penggunaan dimediasi oleh sikap pengguna. Hasil analisis juga menunjukkan bahwa Attitude Toward Using (ATU) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Behavioral Intention (BI), sehingga sikap pengguna menjadi faktor kunci dalam mendorong niat penggunaan aplikasi. Selain itu, Price Value (PV) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perceived Usefulness (PU) dan Behavioral Intention (BI), yang menegaskan pentingnya pertimbangan nilai harga dalam konteks layanan transportasi daring.

Secara keseluruhan, penelitian ini membuktikan bahwa Technology Acceptance Model (TAM) yang diperluas dengan variabel Price Value mampu menjelaskan perilaku penerimaan aplikasi Maxim secara lebih komprehensif. Temuan ini memberikan kontribusi teoretis melalui integrasi faktor ekonomi ke dalam TAM serta implikasi praktis bagi penyedia layanan transportasi daring untuk mengoptimalkan kemudahan penggunaan dan strategi harga yang bernilai bagi pengguna.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] T. H. Davenport and J. E. Short, “The new industrial engineering: Information technology and business process redesign,” *Sloan Manage. Rev.*, vol. 31, no. 4, pp. 11–27, 1990.
- [2] S. Shaheen, A. Cohen, and I. Zohdy, *Shared Mobility: Current Practices and Guiding Principles*. Washington, DC: U.S. Department of Transportation, 2016.
- [3] O. M. M. /LLC, “About Maxim.” [Online]. Available: <https://taximaxim.com/>
- [4] A. Parasuraman, V. A. Zeithaml, and L. L. Berry, “SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality,” *J. Retail.*, vol. 64, no. 1, pp. 12–40, 1988.
- [5] P. Kotler and K. L. Keller, *Marketing Management*. Harlow: Pearson Education, 2016.
- [6] F. D. Davis, “Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology,” *MIS Q.*, vol. 13, no. 3, pp. 319–340, 1989.
- [7] F. D. Davis, R. P. Bagozzi, and P. R. Warshaw, “USER ACCEPTANCE OF COMPUTER TECHNOLOGY : A COMPARISON OF TWO THEORETICAL MODELS \*,” vol. 35, no. 8, pp. 982–1003, 2014.
- [8] V. G. Hair, Joseph F. Sarstedt, Marko Hopkins, Lucas Kuppelwieser, “Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM): An Emerging Tool in Business Research,” *Eur. Bus. Rev.*, vol. 26, no. 2, pp. 106–121, 2014, doi: 10.1108/EBR-10-2013-0128.
- [9] V. Venkatesh, J. Y. L. Thong, and X. Xu, “Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology,” vol. 36, no. 1, pp. 157–178, 2012.
- [10] Y. K. Dwivedi, D. Wastell, S. Laumer, and H. Z. Henriksen, “Research on information systems failures and successes : Status update and future directions,” 2014, doi: 10.1007/s10796-014-9500-y.
- [11] F. D. Davis, R. P. Bagozzi, and P. R. Warshaw, “User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical modelsNo Title,” *Manage. Sci.*, vol. 35, no. 8, pp. 982–1003, 1989.
- [12] F. D. Davis, “Information Technology Introduction,” vol. 13, no. 3, pp. 319–340, 2014.
- [13] I. Fishbein, Martin, Ajzen, *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, Massachusetts, USA: Addison-Wesley Publishing Company, 1975.
- [14] J. F. Hair, G. T. M. Hult, and C. M. Ringle, *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling ( PLS-SEM )*.

- [15] “Multivariate Data Analysis.pdf.”
- [16] L. Claes, Fornell, David F., “Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error,” *J. Mark. Res.*, vol. 18, no. 1, pp. 39–50, 1981, doi: 10.2307/3151312.