

Pengaruh Aplikasi *Digital Point Of Sales* (Digipos) Terhadap Perilaku Konsumen Variabel *Effort Expectancy Model Unified Theory Of Acceptance and Use Of Technology* (UTAUT) Studi Kasus Telkomsel Bogor

Usman Syarif^a, Masyhudzulhak Djamil^b, Amir Tengku Ramly^c

^aTelkomsel Indonesia, ^bUniversitas Mercubuana, Indonesia, ^cUniversitas Ibn Khaldun, Indonesia

* usman.syarif@gmail.com, masydk@gmail.com, tengkupsuika@gmail.com

ARTICLE INFO

DOI: 10.32832/jm-uika.v11i2.3268

Article history:

Received:

28-07-2020

Accepted:

13-11-2020

Available online:

01 Desember 2020

Keywords:

Telkomsel, Digipos, Consumer Behavior, Effort Expectancy, UTAUT

ABSTRACT

The telecommunications industry business in Indonesia in recent years has changed drastically from voice and SMS services to digital services. This change requires Telkomsel as one of the cellular companies in Indonesia to also transform into a digital company, one of which is the transformation in the field of Channel Management, by introducing the Digipos application in 2017. The implementation in the field of Digipos has not been used massively by outlets, especially in the city of Bogor where this research was conducted. This research uses a quantitative approach with descriptive and causal research methods. Data were collected through literature studies and questionnaires with analytical techniques using PLS and Descriptive Analysis. Based on PLS analysis, one of the four variables namely Effort Expectancy (EE) has a positive influence on the Use Behavior to use Digipos. The level of ease of using the system, perceived to be quite good, is seen from the average index with a fairly high adoption rate. From the analysis of PLS Effort Expectancy (EE) has a positive influence on customer behavior.

1. PENDAHULUAN

Bisnis Industri Telekomunikasi di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir telah berubah secara drastis dari layanan voice dan SMS ke layanan digital. Masyarakat makin membutuhkan layanan seperti *browsing internet, on demand video and music, mobile finance and banking*, dan layanan digital lainnya.

Perubahan ini menuntut Telkomsel sebagai salah satu perusahaan selular di Indonesia juga melakukan transformasi ke perusahaan digital, salah satunya adalah transformasi di bidang sales channel (*recharge pulsa and sale sim card*). Kebijakan ini secara tegas dituangkan dalam annual report Telkomsel tahun 2018:

“Finally, the ‘Sales Channel Transformation & Increase Point of Sales Productivity’ was carried out by using new channels including digital, e-commerce and fleet transportations, and optimizing DigiPos for outlet. Synergies were also strengthened between DigiPos, TCASH and MKIOS.”

Dari data recharge pulsa melalui DigiPos regional Eastern Jabotabek dimana kota Bogor berada selama 3 tahun terakhir rata-rata menyumbang hanya 36% dari recharge pulsa total. Selain itu dari survey yang dilakukan oleh penulis di beberapa tempat di Kota Bogor didapat data bahwa ada outlet yang belum menggunakan DigiPos atau menggunakan DigiPos tapi tidak konsisten.

Dari data diatas terlihat bahwa angka pengguna aplikasi DigiPos dikalangan outlet Telkomsel masih sangat rendah padahal manfaat yang didapatkan ketika menggunakan aplikasi DigiPos sangat banyak,

antara lain: adanya program promosi khusus pengguna DigiPos, mendapatkan informasi program promo yang lebih cepat, reorder stock kios lebih cepat. Hal ini sangat menarik untuk diteliti terutama kaitan antara aplikasi DigiPos terhadap perilaku konsumen variable Effort expectancy model UTAUT khususnya di Telkomsel Bogor. Penelitian tentang aplikasi DigiPos ini masih belum banyak, sehingga belum ada acuan yang cukup untuk menentukan formula yang tepat untuk melihat faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan DigiPos oleh outlet.

Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) adalah sintesis model penerimaan teknologi yang digunakan sebagai model evaluasi penggunaan sebuah Teknologi. Model evaluasi penerimaan Teknologi menekankan pada empat kunci konstruk dari UTAUT, yaitu: harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, dan kondisi fasilitas terhadap niat untuk menerima sebuah teknologi baru.

Model UTAUT mengalami perkembangan dimana sebelumnya memiliki empat kunci konstruk, yaitu: harapan kinerja (*performance expectancy*), harapan usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), dan kondisi fasilitas (*facilitating conditions*) terhadap niat (*behavior intention*) untuk penerimaan teknologi (*use technology*) kemudian muncul model baru yaitu UTAUT2 menambahkan tiga konstruk baru yang ditambahkan pada UTAUT lama yaitu: motivasi hedonis (*hedonic motivation*), hitungan harga (*price value*), dan kebiasaan (*habit*) (Venkatesh et al., 2012).

Performance expectancy adalah sejauh mana seorang individu percaya bahwa menggunakan sistem

akan membantu dia untuk mencapai keuntungan dalam pekerjaan atau kegiatan tertentu. *Effort expectancy* adalah tingkat kemudahan terkait dengan penggunaan sistem/teknologi oleh pengguna. *Social influence* adalah sejauh mana persepsi seseorang bahwa pihak lain percaya bahwa sebaiknya menggunakan sistem/teknologi. *Facilitating conditions* adalah sejauh mana seorang individu percaya bahwa infrastruktur teknis dan organisasi tersedia untuk mendukung penggunaan sistem/teknologi (Venkatesh et al., 2012; Chang, 2012).

Dalam penelitian ini hanya akan di bahas satu hal dari beberapa variable diatas. Pertanyaan dalam penelitian ini adalah: Apakah ekspektasi usaha (*effort expectancy*) berpengaruh positif terhadap minat pemanfaatan (behavioral intention) Digipos?

2. LANDASAN TEORI

Point of Sales (POS). Pengertian *Point Of sales* (Soltius.co.id, 2019): merupakan sebuah sistem yang mendukung transaksi penjualan, seperti yang ada di supermarket, minimarket, restoran, atau kafe. Saat ini *Point of Sales* juga sudah bisa digunakan pada smartphone, baik yang berbasis sistem operasi android, apple maupun windows. Fungsi lain yang tidak kalah pentingnya adalah POS juga bisa mendata stok barang, mengetahui profit, hingga melihat laporan penjualan yang dapat diatur pembuatannya, mulai dari setiap hari, seminggu sekali, setiap bulan, hingga setahun sekali.

POS ini juga sering disebut dengan berbagai istilah, seperti misalnya program kasir, mesin kasir,

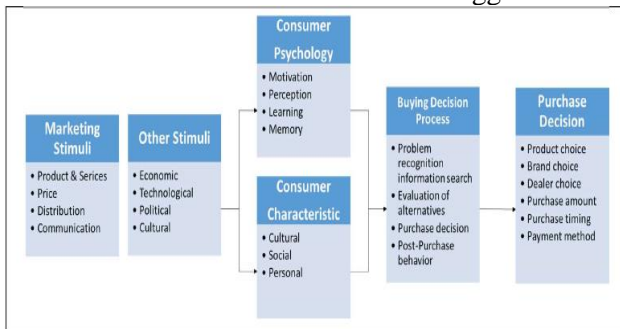
aplikasi toko, inventory system, hingga program toko. Penyebutan seperti itu lazim dilakukan di masa lalu karena pada awal mulanya POS ini diciptakan untuk membantu para pelaku usaha toko retail. Hingga akhirnya sekarang POS telah jauh berkembang dan dapat melakukan lebih dari sekedar menghitung harga produk.

Perilaku Pelanggan. Ada beberapa definisi tentang perilaku pelanggan, menurut Hair dan MCDaniel dalam Husein Umar (2005), perilaku konsumen adalah proses seorang pelanggan dalam membuat keputusan membeli, juga menggunakan barang yang dibeli termasuk juga faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan dalam membeli sebuah produk. Perilaku konsumen menurut Schiffman dan Kanuk (2007): Suatu cara yang dilakukan individu dalam mengambil keputusan untuk memanfaatkan sumber dayayang mereka yang mereka miliki (waktu, uang, usaha) untuk membeli barang-barang yang berhubungan dengan konsumsi. Perilaku konsumen juga diungkapkan oleh Sumarwan (2003:25), bahwa perilaku konsumen adalah proses pengambilan keputusan dan aktivitas fisik dalam mengevaluasi, memperoleh, menggunakan dan menghabiskan barang atau jasa.

Disisi pemasaran perilaku pelanggan didefinisikan sebagai proses observasi dalam pengambilan keputusan, pola pembelian, dan kebiasaan masyarakat umum. Menurut Kotler dan Keller (2016), perilaku pelanggan adalah suatu studi mengenai individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan membuang barang, layanan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.

Kotler dan Keller (2016) menggambarkan model perilaku pelanggan sebagai berikut:

Gambar 1 Model Perilaku Pelanggan



Sumber: Kotler dan Keller (2016)

Berdasarkan model perilaku pelanggan pada gambar di atas, faktor yang mempengaruhi pada perilaku pelanggan antara lain dorongan pemasaran, dorongan lainnya, psikologis konsumen, karakteristik konsumen, proses pembelian konsumen dan keputusan pembelian konsumen.

Teori Adopsi Teknologi

Teori-teori adopsi teknologi muncul secara berurutan untuk melengkapi atau memperbaiki teori sebelumnya. 11 teori utama perilaku konsumen dalam mengadopsi produk berbasis teknologi informasi dan komunikasi (Indrawati 2017), yaitu:

1. *Theory of Reasoned Action* (TRA) dari Fishbein dan Ajzen tahun 1975
2. *Theory of Planned Behavior* (TPB) dari Ajzen tahun 1991
3. *Technology Acceptance Model* (TAM) dari Davis tahun 1986
4. *Technology Acceptance Model 2* (TAM2) dari Venkatesh dan Davis tahun 2000
5. *Combined TAM-TPB* (C-TAM-TPB) dari Taylor dan Todd tahun 1995
6. *Motivational Model* (MM) dari Davis, Bagozzi dan Warshaw tahun 1992

7. *Model of Personal Computer Utilization* (MPCU) dari Thompson, Higgins dan Howell tahun 1991
8. *Innovation Diffusion Theory* (IDT) dari Rogers tahun 2003
9. *Social Cognitive Theory* (SCT) dari Compeau, Higgins dan Huff tahun 1999
10. *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) Vankatesh, Thong dan Xu tahun 2003
11. *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) Vankatesh, Thong dan Xu tahun 2012.

UTAUT merupakan usulan sebuah model terpadu berdasarkan studi empiris terhadap 8 model utama terkait penelitian adopsi teknologi informasi yang menggabungkan TRA dan TPB menjadi TAM sebagai *Acceptance*, C-TAM-TPB, MM, MPCU, IDT dan SCT menjadi 4 variabel utama, yaitu *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence* dan *Facilitating Conditions* sebagai *Behavior Intention* atau *Use Behavior* serta 4 variabel moderator, yaitu *Gender*, *Age*, *Expericene* dan *Voluntariness of Use* sebagai faktor-faktor yang dapat berpengaruh terhadap minat penerimaan dan penggunaan TI (Venkatesh, et al 2003).

UTAUT banyak digunakan untuk menjelaskan perilaku penerimaan dan penggunaan teknologi dalam berbagai konteks penelitian, diantaranya penelitian dalam bidang *Wireless LAN Technology* oleh Anderson dan Schwager tahun 2004, *Online Stocking* oleh Wang dan Yang tahun 2005, *Mobile*

Service Adoption oleh Carlsson dkk. tahun 2006, *Mobile Services* oleh Blechar, Constantiou dan Damsgaard tahun 2006, *Students Acceptance of Tablet PCs* oleh El Gayar dan Moran tahun 2006, *Software Adoption* oleh Marchewka, Liu dan Kostiwa tahun 2007 serta *e-government Services* oleh Hung, Wang dan Chou tahun 2007 (Indrawati, 2017). UTAUT merupakan model yang memiliki daya eksploratori tertinggi dibandingkan teori adopsi lainnya yang hanya memiliki variansi antara 17% - 53% (Indrawati, 2017).

Variabel dalam UTAUT secara detail di jelaskan sebagai berikut:

a. *Performance Expectancy*

Venkatesh, et al (2003) mendefinisikan *Performance Expectancy* sebagai berikut: “*the degree to which an individual believes that using the system will help him or her to attain gains in job performance*”. *Performance Expectancy* dihasilkan berdasarkan berdasarkan 5 variabel dari model atau teori sebelumnya (Indrawati, 2017), yaitu:

1. *Perceived Usefulness* terdapat dalam TAM, TAM 2 dan C-TAM-TPB yang didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang yakin bahwa dengan menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan performansi kerjanya.
2. *Extrinsic Motivation* merupakan persepsi dimana seseorang akan mau melakukan aktivitas tertentu karena hal tersebut dianggap penting untuk mencapai hasil yang terpisah dari aktivitas itu sendiri, misalnya peningkatan kinerja, bayaran atau promosi.

3. *Job Fit* terdapat dalam MPCU dan didefinisikan sebagai kapabilitas sistem dalam meningkatkan performansi kerja individu.
4. *Relative Advantage* terdapat dalam IDT yang didefinisikan sebagai sejauh mana penggunaan inovasi dipersepsikan lebih baik dibandingkan keadaan sebelumnya.
5. *Outcome Expectation* terdapat dalam SCT yang berkaitan dengan konsekuensi dari perilaku dan dibedakan menjadi 2 jenis, yaitu *performance expectation* terkait dengan pekerjaan dan *personal expectation* terkait dengan tujuan individu.

Hanya 3 dari 5 variabel yang berperan sebagai asal variabel *Performance Expectancy* pada model UTAUT dan UTAUT 2, yaitu *Perceived Usefulness*, *Relative Advantage* dan *Outcome Expectation* (Venkatesh, Thong dan Xu, 2012).

b. *Effort Expectancy*

Venkatesh, et al (2003) mendefinisikan *Effort Expectancy* sebagai “*the degree of ease associated with the use of the system*”. *Effort Expectancy* berasal dari 3 variabel utama (Indrawati, 2017), yaitu:

1. *Perceived Ease of use* merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sebuah sistem akan bebas dari upaya tertentu (*free of effort*). Ini merupakan konstruk pada TAM.
2. *Complexity* didefinisikan sebagai sebagai sejauh mana sistem dipersepsikan sulit untuk dipahami dan digunakan. Ini merupakan salah satu konstruk pada teori MPCU.

3. *Ease of Use* digunakan dalam model IDT, dimana konstruk ini diartikan sebagai sejauh mana sebuah inovasi dipersepsikan sulit untuk digunakan oleh konsumen.

c. *Social Influence*

Venkatesh, et al (2003) mendefinisikan *Social Influence* sebagai “the degree to which an individual perceives that important other believe he or she should use the new system” yang artinya adalah tingkat dimana seseorang mepersepsikan bahwa orang-orang penting percaya bahwa dia sebaliknya menggunakan sistem. *Social Influence* sebagai variabel yang mempengaruhi *Behavior Intention* pada UTAUT (Venkatesh, Thong dan Xu, 2003), yaitu:

1. *Social Faktor* didefinisikan sebagai internalisasi individu terhadap kultur kelompok referensinya dan kesekapatan interpersonal yang telah individu buat dengan orang lain, dalam situasi sosial tertentu.
2. *Image* didefinisikan sebagai sejauh man inovasi dianggap dapat meningkatkan citra atau status seseorang dalam sistem sosialnya.

Venkatesh dkk. (2003) menemukan *Social Influence* merupakan faktor yang menentukan *Behavior Intention* secara langsung, dengan pengaruh paling signifikan terlihat pada karyawan wanita yang usianya lebih tua dan menggunakan teknologi karena alasan mandatory dengan sedikit pengalaman. Hasil beberapa penelitian di Indonesia seperti dalam bidang *Website*, *TV Streaming*, *Wifi.id*, *Smart Metering* dan *Digital Advertising* menunjukkan bahwa

Social Influence memiliki pengaruh signifikan terhadap *Behavior Intention* (Indrawati, 2017).

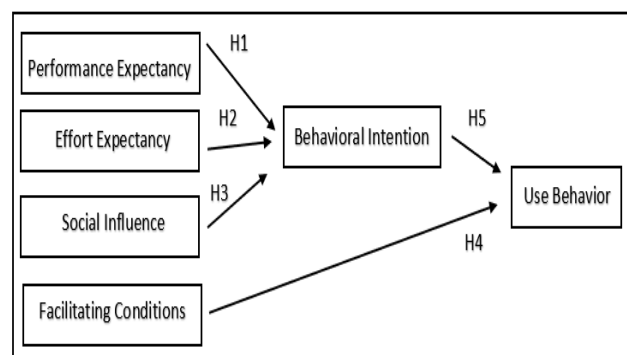
d. *Facilitating Condition*

Venkatesh, et al (2003) mendefinisikan variabel *Facilitating Conditions* sebagai “the degree to which an individual believes that an organizational and technical infrastructure exists to support use of the system”. Variabel *Facilitating Conditions* berasal dari 3 konstruk berbeda (Indrawati, 2017), yaitu:

1. *Perceived Behavior Control* mencerminkan persepsi terhadap kendala internal maupun eksternal pada perilaku dan meliputi *self-efficacy*, *resource facilitating conditions*, dan *technology facilitating conditions*.
2. *Facilitating Conditions* sebagai faktor objektif yang membuat seseorang mudah menggunakan teknologi tertentu.
3. *Compatibility* digunakan dalam IDT dan mendefinisikan sebagai sejauh mana sebuah inovasi dianggap konsisten terhadap nilai, kebutuhan dan pengalaman dari *potential adopters*.

Kerangka Penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 2 Kerangka Penelitian



Sumber: Venkatesh, et al (2003)

Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan

Tabel 1 Penelitian terdahulu

Judul dan Peneliti	Metode	Kesimpulan
<i>Conceptual model to predict Filipino teachers' adoption of ICT-based instruction in class: using the UTAUT model</i> , Jinhee Kim & Kate Sang-Soog Lee (2020)	PLS-SEM	Dalam perspektif koefisien jalur dengan BI, PE, EE, SI, dan EP konstruk yang baru ditambahkan memiliki pengaruh yang positif. Dalam perspektif koefisien jalur dengan AI, BI, FCs dan IUH memiliki pengaruh positif dan signifikan.
<i>An empirical examination of the effect of self-regulation and the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) factors on the online learning behavioural intention of college students</i> , Pei-Ying Chen and Gwo-Jen Hwang, 2019	SEM	Hasil percobaan mengungkapkan bahwa pengaturan diri dalam hal metakognisi dan motivasi berhubungan langsung dengan harapan kinerja, harapan usaha dan pengaruh sosial. Selain itu, harapan kinerja, harapan usaha dan motivasi secara signifikan dan langsung mempengaruhi niat siswa untuk menggunakan kursus online. Penelitian ini menemukan bahwa metakognisi dan pengaruh sosial tidak secara langsung berhubungan langsung dengan niat perilaku.
<i>User Acceptance Of Information Technology: Toward A Unified View</i> , Venkatesh, Morris, Davis, Fred dan Davis (2003)	Partial Least Square (PLS)	a. <i>Performance Expectancy</i> dan <i>Effort Expectancy</i> berpengaruh terhadap <i>Behavior Intention</i> dan dimoderatori oleh <i>Age</i> dan <i>Gender</i> . b. <i>Social Influence</i> berpengaruh terhadap <i>Behavior Intention</i> dimoderatori oleh <i>Age</i> , <i>Gender</i> , <i>Voluntariness</i> dan <i>Experience</i> . c. <i>Facilitating Conditions</i> tidak berpengaruh terhadap <i>Behavior Intention</i> . d. <i>Facilitating Conditions</i> berpengaruh terhadap <i>Usage</i> dan dimoderatori oleh <i>Age</i> dan <i>experience</i> e. <i>Computer Self-efficacy</i> , <i>Computer Anxiety</i> , & <i>Attitude toward using tech</i> tidak berpengaruh terhadap <i>Behavior Intention</i> . <i>Behavior Intention</i> berpengaruh langsung terhadap <i>usage</i> .
Analisa Faktor-Faktor Yang	PLS	Hasil penelitian diperoleh bahwa kausal dari hipotesis variabel-variabel dalam perilaku minat

Mempengaruhi Perilaku Menggunakan Aplikasi LOOPkita Dengan Model <i>Unified Theory of Acceptance And Use Of Technology 2</i> (UTAUT 2) Pada Pelanggan Milenial Telkomsel Di Jabodetabek Dan Jabar, Torang Hasudungan (2019)		individu untuk menggunakan aplikasi LOOPkita yang berpengaruh positif ada 5, yaitu <i>Effort Expentacy</i> , <i>Social Influence</i> , <i>Price Value</i> , <i>Content</i> terhadap <i>Behavior Intention</i> dan <i>behavior Intention</i> terhadap <i>Use Behavior</i> , sedangkan yang tidak berpengaruh positif ada 4, yaitu <i>Performance Expectancy</i> , <i>Facilitating Condition</i> , <i>Hedonic Motivation</i> , <i>Habit</i> terhadap <i>Behavior Intention</i> . Moderator <i>Age</i> memoderasi hubungan yang terjadi diantara variabel <i>Hedonic Motivation</i> dan <i>Price Value</i> terhadap <i>Behavior Intention</i> serta <i>Behavior Intention</i> terhadap <i>Use Behavior</i> . Gender memoderasi hubungan yang terjadi diantara variabel <i>Performance Expectancy</i> terhadap <i>Behavior Intention</i> . <i>Experience</i> memoderasi hubungan yang terjadi diantara variabel <i>Facilitating Condition</i> dan <i>Habit</i> terhadap <i>Behavior Intention</i> .
Identifikasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Mesin Layanan Mygrapari di Jakarta Dengan Model <i>Unified Theory of Acceptance and Use Of Technology 2</i> (UTAUT 2), Rio Gusman (2019)	SEM	<i>Performance expectancy</i> , <i>effort expectancy</i> , <i>social influence</i> , <i>facilitating condition</i> , <i>hedonic motivation</i> , <i>habit</i> dan <i>trust</i> secara simultan mempengaruhi <i>behavior intention</i> dalam adopsi penggunaan MyGrapari sebesar 47,1%, sedangkan sisanya sebesar 52,9% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini, dan 4 variabel yang memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap <i>behavior intention</i> yaitu <i>performance expectancy</i> , <i>effort expectancy</i> , <i>facilitating condition</i> , dan <i>hedonic motivation</i> dengan nilai pengaruh terbesar pada variable <i>facilitating condition</i>

3. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian deskriptif dan kausal. Penelitian *deskriptif* merupakan studi dimana peneliti ingin menggambarkan karakteristik penggunaan dari suatu produk dan mengetahui

persepsi pengguna terhadap suatu produk (Indrawati, 2015 dalam Indrawati, 2017).

Penelitian *kausal* merupakan studi dimana peneliti ingin menggambarkan satu atau lebih faktor-faktor yang mengakibatkan masalah (Bougie & Sekaran, 2013). Jenis penelitian ini merupakan penelitian *deskriptif* dan *kausal* karena menjelaskan persepsi pelanggan terhadap variabel dalam penelitian ini serta meneliti hubungan sebab akibat antara variabel dalam model modifikasi UTAUT yang digunakan, yaitu *Performance Expectancy* (PE), *Effort Expectancy* (EE), *Social Influence* (SI), *Facilitating Condition* (FC).

Operasional Variabel

Tabel 2 Operasional Variabel

Variabel	Sub Variabel (Indrawati, 2017)	Indikator Digipos
1. <i>Performance Expectancy</i> (PE)	Sejauh mana seseorang yakin bahwa dengan menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan performansi kerjanya	Aplikasi Digipos meningkatkan peluang untuk melakukan penjualan pulsa lebih banyak
	<i>Extrinsic Motivation</i> merupakan persepsi dimana seseorang akan mau melakukan aktivitas tertentu karena hal tersebut dianggap penting untuk mencapai hasil	Aplikasi Digipos dapat meningkatkan pendapatan dari incentive penjualan atau promosi penjualan.
	<i>Job Fit</i> didefinisikan sebagai kapabilitas sistem dalam meningkatkan performansi kerja individu.	Aplikasi Digipos membuat proses penjualan pulsa ke pelanggan lebih cepat
	Relative Advandage didefinisikan sebagai sejauh mana penggunaan inovasi dipersiapkan lebih baik	Aplikasi Digipos lebih efisien dan efektif (produktif) dibandingkan dengan menggunakan UMB *181#

	dibandingkan keadaan sebelumnya.	
	<i>Outcome Expectation</i> berkaitan dengan konsekuensi dari perilaku dan dibedakan menjadi 2 jenis, yaitu <i>performance expectation</i> terkait dengan pekerjaan dan <i>personal expectation</i> terkait dengan tujuan individu.	Aplikasi Digipos dapat membantu mendapatkan keuangtungan yang sebesar-besarnya
2. <i>Effort Expectancy</i> (EE)	<i>Perceived Ease of use</i> merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sebuah sistem akan bebas dari upaya tertentu	Cara memahami aplikasi Digipos mudah
	<i>Complexity</i> didefinisikan sebagai sebagai sejauh mana sistem dipersepsikan sulit untuk dipahami dan digunakan	Tampilan aplikasi Digipos jelas dan mudah dipahami
	<i>Ease of Use</i> diartikan sebagai sejauh mana sebuah inovasi dipersiapkan sulit untuk digunakan oleh konsumen.	Aplikasi Digipos mudah untuk digunakan
		Sangat mudah untuk menjadi ahli.mahir dalam menggunakan aplikasi Digipos
3. <i>Social Influence</i> (SI)	<i>Social Faktor</i> didefinisikan sebagai internalisasi individu terhadap kultur kelompok referensinya dan kesekapatan interpersonal yang telah individu buat dengan orang lain, dalam situasi sosial tertentu	Saran dari outlet lain dapat menjadi pertimbangan dalam memutuskan untuk menggunakan aplikasi Digipos
	<i>Image</i> didefinisikan sebagai sejauh man inovasi dianggap dapat meningkatkan citra atau status seseorang dalam sistem sosialnya.	Saran dari mitra AD dapat menjadi pertimbangan untuk menggunakan aplikasi Digipos
		Saran dari karyawan Telkomsel dapat menjadi pertimbangan dalam memutuskan menggunakan aplikasi

		Digipos
4. <i>Facilitating Condition</i> (FC)	<i>Perceived Behavior Control</i> mencerminkan persepsi terhadap kendala internal maupun eksternal pada perilaku dan meliputi self-efficacy, resource facilitating conditions, dan technology facilitating conditions	Kapabilitas smartphone (Memori, OS) dibutuhkan untuk menggunakan aplikasi digipos
	Facilitating Conditions sebagai faktor objektif yang membuat seseorang mudah menggunakan teknologi tertentu.	Versi Digipos terbaru sangat diperlukan untuk menggunakan digipos
	Compatibility digunakan dalam IDT dan mendefinisikan sebagai sejauh mana sebuah inovasi dianggap konsisten terhadap nilai, kebutuhan dan pengalaman dari <i>potential adopters</i>	Pengetahuan (cara menggunakan aplikasi Digipos) dibutuhkan untuk menggunakan aplikasi digipos
5. <i>Behavior Intentions</i> (BI)		Digipos selalu updated sesuai dengan jenis dan nilai pulsa yang di jual Telkomsel
		Berniat untuk menggunakan aplikasi Digipos
		Akan mencoba menggunakan aplikasi Digipos untuk seterusnya
6. <i>Use Behavior</i> (UB)		Bersedia merekomendasikan aplikasi Digipos ke outlet lain
		Frekuensi penggunaan aplikasi Digipos adalah 1-2 hari/minggu
		Frekuensi penggunaan aplikasi Digipos adalah 3-4 hari/minggu
7. Perilaku Konsumen		Frekuensi penggunaan aplikasi Digipos adalah 5-6 hari/minggu
		Objek perilaku konsumen yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Perilaku Outlet Telkomsel

Populasi Dan Teknik Pengambilan Sampel.

Populasi pada penelitian ini adalah outlet Telkomsel di kota Bogor. Sampel pada penelitian ini adalah outlet yang sudah menggunakan aplikasi Digipos. Ukuran sampel pada penelitian ini minimal 200 untuk penelitian dengan metode analisa regresi dan SEM (Malhotra, 2013). Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah *Nonprobability Sampling*, dimana sampel tidak memiliki probabilitas yang ditentukan sebelumnya untuk dipilih menjadi sampel (Malhotra, 2013). Pengumpulan data dilakukan dengan mengumpulkan data sekunder yang diperoleh berdasarkan hasil studi literatur, seperti jurnal, artikel, buku dan sebagainya serta data primer yang diperoleh berdasarkan kuesioner.

Studi Literatur. Studi literatur dipakai untuk mengumpulkan data dari berbagai sumber pustaka, yang terdiri dari surat kabar, artikel, jurnal, dokumen, buku, grafik analisa, dan lain sebagainya. Studi literatur akan membantu seorang peneliti untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan terkait dengan penelitian yang sedang dilakuka. Studi literatur digunakan untuk mengumpulkan data internal dan eksternal perusahaan yang telah tersedia di berbagai sumber di atas yang berkaitan dengan topik penelitian ini yaitu tentang aplikasi Digipos. Sedangkan teori atau model adopsi teknologi dan UTAUT akan menjadi pertimbangan untuk digunakan di dalam penelitian ini.

Menurut Afdan Rojabi, 2019 Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan data atau informasi yang memungkinkan untuk menganalisis dan mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik be-

berapa orang utama di dalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh sistem yang sudah ada.

Uji Validitas Dan Reliabilitas. Menurut Ghozali (2013), uji validitas berfungsi untuk menunjukkan sejauh mana variabel yang terdiri dari berbagai indikator memiliki tingkat kesesuaian yang saling berkaitan satu sama lain. Menurut Ghozali (2013), uji reliabilitas berfungsi untuk menunjukkan tingkat konsistensi dari setiap jawaban dari alat ukur apabila dilakukan pengukuran kembali terhadap sampel yang sama/ berbeda dan waktu yang sama/ berbeda. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan menggunakan *software SmartPLS*.

Uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat mengukur apa yang ingin diukur, sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi validitas suatu alat pengukur (Indrawati, 2017). Uji validitas yang dilakukan adalah (Ghozali, 2016):

1. *Convergent validity* dapat menunjukkan korelasi antara nilai indikator dengan nilai variabel konstruksinya dimana indikator dianggap valid jika memiliki nilai korelasi dengan melihat *loading factor* 0,7 ke atas.

2. *Discriminant validity* dapat menunjukkan tingkat prediksi variabel konstruk terhadap indikatornya dibandingkan dengan indikator dari variabel konstruk lainnya. Indikator dianggap valid ditunjukkan dengan:

a. Nilai *cross loading* di dalam konstruk lebih tinggi dari di luar konstruk dengan memeriksa suatu variabel dalam konstruk valid secara konvergen lebih besar dari nilai korelasi antara variabel dengan seluruh variabel lainnya menggunakan analisi Fornell Lacker.

b. Nilai *average variance extracted* (AVE) 0,5 ke atas. Uji reliabilitas menunjukkan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan (Sugiyono, 2014). Uji reliabilitas merupakan salah satu ciri bahwa suatu alat pengukuran yang digunakan adalah baik (Indrawati, 2017). Uji reliabilitas yang dilakukan adalah (Ghozali, 2016): (1) *Cronbach alpha* untuk mengukur konsistensi indikator-indikator yang digunakan sebagai alat ukur dianggap reliabel jika memiliki nilai 0,6 ke atas, (2) *Composite reliability* untuk mengukur konsistensi internal yang terjadi antara indikator, variabel dan jawaban dianggap reliabel jika memiliki nilai 0,7 ke atas.

Tehnik Analisa Data. Analisa data dilakukan dengan menggunakan *Partial Least Square* (PLS) sebagai salah satu metode dari *Structural Equation Modelling* (SEM). PLS berfungsi sebagai evaluasi untuk *outer model*, *inner model*, analisa jalur, pengujian mediasi/ pengaruh tidak langsung dan perbandingan multi grup (Hussein, 2015). PLS mempunyai asumsi normalitas yang tidak ada, analisa dengan variabel dependen lebih dari satu, variabel independen lebih dari satu dan mengakomodir berbagai jenis konstruks.

Para ahli mengelompokkan SEM menjadi dua pendekatan. Pendekatan pertama disebut sebagai *Covariance Based SEM* (CBSEM) dan pendekatan lainnya adalah *Variance Based SEM* atau yang lebih dikenal dengan *Partial Least Square* (PLS). Untuk melakukan analisa dengan menggunakan CBSEM maka software yang sering digunakan adalah AMOS dan LISREL sedangkan untuk PLS software yang sering digunakan adalah smartPLS, warpPLS dan XLStat (Richie, 2018)

Menurut Zikmund dan Babin, 2013 analisa deskriptif adalah perubahan dan penjabaran dasar dari data mentah dengan cara yang dapat menggambarkan karakteristik dasar seperti tendensi sentral, distribusi, dan variabilitas. Analisa deskriptif dilakukan dengan cara mengolah data mentah yang kurang mudah untuk dipahami menjadi mudah dipahami. Beberapa model Analisa deskriptif antara lain nilai rata-rata, median, modus.

Pada penelitian ini menggunakan pendapat Zikmund dan Babin, 2013, menggunakan 6 klasifikasi interval, yaitu: sangat rendah, rendah, cukup rendah, cukup tinggi, tinggi dan sangat tinggi sebagai kelompok interpretasi nilai dengan rumus penghitungan sebagai berikut:

1. Interval nilai = nilai tertinggi-nilai terendah/jumlah klasifikasi = $(6-1)/6 = 0,8333$ atau 83,33 %
2. Interval setiap klasifikasi = interval nilai/jumlah klasifikasi = $83\%/6 = 0,1389$ atau 13,89 %
3. Nilai terendah = nilai terendah/jumlah klasifikasi = $1/6 = 0,1667$ atau 16,67 %
4. Nilai tertinggi = nilai tertinggi/jumlah klasifikasi = $6/6 = 1$ atau 100 %

Analisa Uji Model Struktural (Inner Model)

Analisa *inner model* dilakukan untuk memastikan bahwa model struktural yang dibangun robust dan akurat (Hussein, 2015). Inner model merupakan model yang menghubungkan antar variabel laten (Pramesti, 2015). Analisa *inner model* yang dilakukan pada penelitian menggunakan smartPLS untuk variabel laten dan moderat. Seluruh variabel berdasarkan teori substansi yang terbagi menjadi 2, yaitu variabel

eksogen merupakan variabel yang nilainya tidak dipengaruhi oleh variabel lainnya atau independen dan variabel endogen merupakan variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel lainnya atau dependen. Variabel eksogen terdiri dari PE, EE, SI, FC, HM, PV, HA dan CO serta BI. Uji yang dilakukan dalam *inner model* untuk variabel laten adalah uji variansi variabel endogen, signifikansi menggunakan *path coefficient* dan signifikansi menggunakan *bootstraping*.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskriptif Variabel Effort Expectancy Digipos

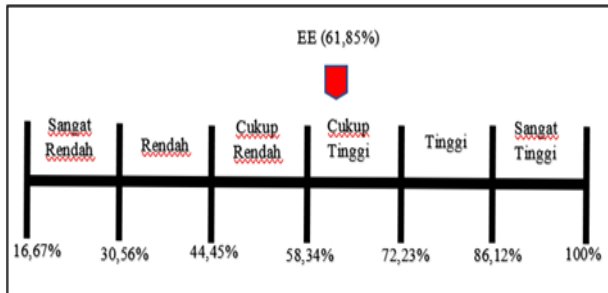
Tabel 3 Deskriptif Variabel Effort Expectancy Digipos

Kode	Indikator	Jawaban Responden Berdasarkan Penilaian						Total Nilai (maks 1.200)	Indeks (%)
		1	2	3	4	5	6		
EE1	Cara memahami aplikasi Digipos mudah	20	3	4	4	39	26	731	60.92%
EE2	Tampilan aplikasi Digipos jelas dan mudah dipahami	19	3	3	4	35	28	731	60.92%
EE3	Aplikasi Digipos mudah untuk digunakan	2	1	4	6	55	30	846	70.50%
EE4	Sangat mudah untuk menjadi ahli.mahir dalam menggunakan aplikasi Digipos	20	4	6	2	26	20	661	55.08%
Rata-rata								742.25	61.85%

Sumber: pengolahan data, 2020

Adapun *continuum line* dari variable *Effort Expectancy* dapat dilihat pada gambar di berikut ini:

Gambar 3 Continuum Line Effort Expectancy



Sumber: Pengolahan Data, 2020

Tabel dan gambar diatas menunjukkan bahwa tingkat persetujuan responden terhadap *Effort Expectancy* Digipos memiliki nilai indeks rata-rata sebesar 61,85%. Ini menunjukkan bahwa *Effort Expectancy* memiliki tingkat adopsi dengan klasifikasi indeks yang cukup tinggi terhadap Digipos.

Secara detail 3 variabel utama *Effort Expectancy* (Indrawati, 2017) terkait dengan Tabel 7 bisa di jelaskan sebagai berikut:

1. Persepsi outlet terhadap Digipos yang mudah untuk dipahami cukup tinggi, yaitu 60,90% hal ini disebabkan tampilan Digipos yang cukup lengkap dengan menu-menu yang dibutuhkan, di dukung oleh design aplikasi yang menarik dan mudah digunakan
2. Persepsi outlet terhadap tampilan aplikasi Digipos yang jelas dan mudah dipahami juga cukup tinggi dengan angka 60,92%. Hal ini disebabkan design (warna, pilihan font) aplikasi yang menarik dan mudah digunakan
3. Persepsi outlet terhadap tampilan aplikasi Digipos yang mudah untuk digunakan cukup tinggi yaitu 70,50% hal ini disebabkan tampilan yang simple dan menunya tidak begitu berjenjang.

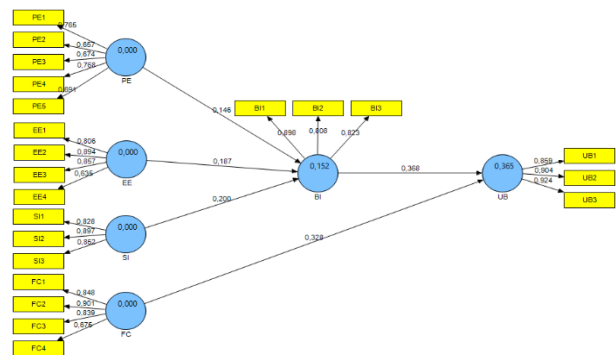
4. Persepsi outlet untuk menjadi ahli mahir dalam menggunakan aplikasi Digipos masih cukup rendah yaitu 55,08% ini disebabkan aplikasi Digipos belum digunakan tiap hari di outlet yang menyebabkan *customer experience* masih sangat kurang.

Hasil Analisa Deskriptif Statistik. Dari Evaluasi outer Model dan Loading Factor menunjukkan bahwa indikator *Effort Expectancy* memiliki nilai *factor loading* yang lebih besar dari 0,5. Sehingga disimpulkan bahwa indikator *Effort Expectancy* tersebut valid.

Validitas konvergen dari model pengukuran dengan menggunakan nilai AVE. Berdasarkan tabel AVE, konstruk EE memiliki nilai AVE yang lebih besar dari 0,5 maka disimpulkan bahwa validitas konvergenya baik.

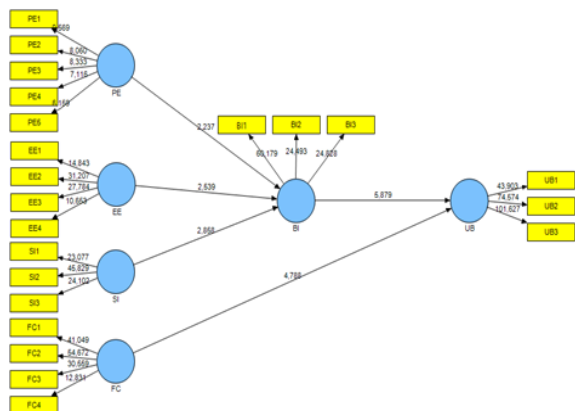
Pengujian structural dalam PLS dievaluasi dengan menggunakan R2 untuk variabel dependen dan nilai koefisien path untuk variabel independen yang kemudian dinilai signifikansinya berdasarkan nilai t-statistik setiap path. Adapun model structural penelitian dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 4 Model Standardized



Sumber: Pengolahan Data, 2020

Gambar 5 Model T-Value



Sumber: Pengolahan Data, 2020

Berdasarkan gambar di atas, persamaan yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$BI = 0,145853PE + 0,186621EE + 0,200476 SI, \quad R^2 = 0,152165$$

$$UB = 0,328461FC + 0,367768 BI, \quad R^2 = 0,364959$$

Berdasarkan persamaan tersebut maka nilai R²BI adalah 0,152165, artinya BI dipengaruhi oleh PE, EE, dan SI sebesar 15,2% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. PE memiliki koefisien jalur sebesar 0,145853 dengan arah positif artinya terdapat hubungan yang searah. Jika PE meningkat 1 satuan maka BI akan meningkat sebesar 0,145853 begitu juga sebaliknya. EE memiliki koefisien jalur sebesar 0,186621 dengan arah positif artinya terdapat hubungan yang searah. Jika EE meningkat 1 satuan maka BI akan meningkat sebesar 0,186621 begitu juga sebaliknya. SI memiliki koefisien jalur sebesar 0,2004761 dengan arah positif artinya terdapat hubungan yang searah. Jika SI meningkat 1 satuan maka BI akan meningkat sebesar 0,200476 begitu juga sebaliknya.

Nilai R²UB adalah 0,364959, artinya UB dipengaruhi oleh FC dan BI sebesar 36,4% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. FC memiliki koefisien jalur sebesar 0,328461 dengan arah positif artinya terdapat hubungan yang searah. Jika FC meningkat 1 satuan maka UB akan meningkat sebesar 0,328461 begitu juga sebaliknya. BI memiliki koefisien jalur sebesar 0,367768 dengan arah positif artinya terdapat hubungan yang searah. Jika BI meningkat 1 satuan maka UB akan meningkat sebesar 0,367768 begitu juga sebaliknya.

Uji Hipotesa Parsial

Hipotesa:

H2a0 : *Effort Expectancy* (EE) berpengaruh terhadap *Behavior Intention* BI

H2a1 : *Effort Expectancy* (EE) tidak berpengaruh terhadap *Behavior Intention* (BI)

Tabel 4 Uji Hipotesa Parsial

	Original Sample (O)	Standard Error (STERR)	T Statistics (O/STERR)
PE -> BI	0,145853	0,065198	2,237077
EE -> BI	0,186621	0,073494	2,539265
SI -> BI	0,200476	0,070152	2,857730
FC -> UB	0,328461	0,068603	4,787825
BI -> UB	0,367768	0,062560	5,878649

Sumber: pengolahan data, 2020

Berdasarkan tabel di atas pada hubungan EE terhadap BI nilai t hitung yang diperoleh adalah 2,539265, koefisien jalur nya 0,186621 dengan arah

positif. Karena nilai t hitung (2,539265) lebih besar dari 1,96 maka H_2a_0 diterima artinya EE memberikan hubungan yang signifikan terhadap BI.

Sebagai bahan perbandingan pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Jinhee Kim & Kate Sang-Soog Lee (2020) yang berjudul *Conceptual model to predict Filipino teachers' adoption of ICT-based instruction in class: using the UTAUT model, variable Effort Expectancy* (EE) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan, begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Torang Hasudungan (2019) yang berjudul *Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Menggunakan Aplikasi LOOPkita Dengan Model Unified Theory of Acceptance And Use Of Technology 2 (UTAUT 2) Pada Pelanggan Milenial Telkomsel Di Jabodetabek dan Jabar*, bahwa *variable Effort Expectancy* (EE) sebagai salah satu variable utama mempengaruhi secara positif perilaku minat individu untuk menggunakan aplikasi LOOPkita.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap outlet Telkomsel di Kota Bogor untuk aplikasi Digipos dengan menggunakan *Intervening Behavioral Intention Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT), maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut: (1) tingkat kemudahan dalam menggunakan sistem, dipersepsikan cukup bagus ini terlihat dari indeks rata-rata dengan tingkat adopsi yang cukup tinggi, (2) salah satu Variabel yang mem-

iliki pengaruh positif terhadap perilaku pelanggan untuk menggunakan Digipos adalah *Effort Expectancy*

b. Saran

Telkomsel terus melakukan perbaikan User Experience (UX) dan User Interface (UI) Digipos agar pelanggan (outlet) senantiasa di mudahkan dalam menggunakan aplikasi ini. Karena *Effort Expectancy* memiliki pengaruh positif terhadap perilaku outlet dalam menggunakan Digipos maka Telkomsel harus terus menerus melakukan improvement terhadap variable yang ada di *variable Effort Expectancy*

REFERENCES

- Astuti, M. 2015. *Analisa Adopsi Voucher Wifi.id 98108 oleh Pelanggan Telepon Seluler di Indonesia dengan Model Modified Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2*. Thesis. Telkom University.
- Berthold, Gerhard. 2019. *How digitization is fundamentally changing business models of industries*, diakses pada 10 Januari 2020 pukul 15.10 WIB. <https://www.lead-innovation.com/english-blog/digitization-changes-business-models>.
- Bougie dan Sekaran. 2013. *Research Methods for Business: A skill Building Approach*. Edisi 5. New York: John wiley@Sons.
- Bendi, Kristoforus Jawa dan Sri Andayani. 2013. *Analisa Perilaku Penggunaan Sistem Informasi Menggunakan Model UTAUT*. Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi Terapan (Semantik) 2013. Semarang, Indonesia
- Chen, PY, Gwo-Jen, H. 2019. *An empirical examination of the effect of self-regulation and the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) factors on the online learning behavioural intention of college students*. Asia Pacific Journal of Education
- Gobiz.co.id. *Apa itu Point Of Sales*. Diakses pada 16 Mei 2020, dari <https://gobiz.co.id/pusat-pengetahuan/apa-itu-point-of-sale-pos/>

- Gusman, Rio. 2019. Identifikasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Adopsi Penggunaan Mesin Layanan Mygrapari di Jakarta Dengan Model Unified Theory of Acceptance and Use Of Technology 2 (UTAUT 2). Thesis. Telkom University
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisa Multivariate dengan Program IBM SMARTPLS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hawkins, D.I., Best, R.J., Coney, K.A. 2001. *Consumer Behavior*, 8th edition., New York, U.S.A, McGraw-Hill
- Hair, J.F. Ringle, C.M & Sarstedt, M. (2011) *PLS-SEM: indeed, a silver bullet. Journal of Marketing Theory and Practice*, vol. 19, no. 2 (spring 2011), pp. 139–151.
- Hasudungan, Torang. 2019. Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Menggunakan Aplikasi LOOPkita Dengan Model *Unified Theory of Acceptance*. Thesis. Telkom University.
- Hussein, Ananda Sabil. 2015. Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Quares (PLS) dengan smartPLS3.0. Universitas Brawijaya.
- Indrawati dan Hayoto, Kusumoaji S. 2015. *The Use Of Modified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2 To Predict Prospective Users' Intention In Adopting Tv Streaming*. International Conference on Computing and Informatics, Vol. 5, No. 125, p. 206-215.
- Indrawati, dkk. 2017. Perilaku Konsumen Individu dalam Mengadopsi Layanan Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi. Jakarta: Refika Aditama
- Kotler, P., & Keller, K. 2016. *Marketing Management*. 15th Global Edition. Edinburgh Gate: Pearson Education Limited
- Kim, J, Kate Sang-Soog Lee. 2020. *Conceptual model to predict Filipino teachers' adoption of ICT-based instruction in class: using the UTAUT model*. Asia Pacific Journal of Education
- Malhotra, Naresh K. (2013). *Marketing Research: An Applied Orientation*. New Jersey: Pearson Education.
- Nurhayati, S. Anandari, D. Ekowati, W. 2019. *Unified Theory of Acceptance and usage of Technology (UTAUT) Model to Predict Health Information System Adoption*. Journal Kesehatan Masyarakat.
- Putra, Gioliano., M Ariyanti. 2014. “Pengaruh Faktor-Faktor Dalam Modified Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2 (Utaut 2) Terhadap Niat Prospective Users Untuk Mengadopsi Home Digital Services PT. Telkom Di Surabaya”: <https://journals.telkomuniversity.ac.id/ijm/article/view/352>.
- Rahadi, Dedi Rianto. 2007. “Peranan Teknologi Informasi Dalam Peningkatan Pelayanan Di Sektor Publik” dalam Seminar Nasional Teknologi 2007 (SNT 2007) Yogyakarta.
- Richie. 2018.”SEM dengan Smart PLS”, <https://www.mobilestatistik.com/sem-dengan-smartpls/>, diakses pada 03 Maret 2020.
- Rojabi, Afdan. 2019. Kuesioner (*Research Methodology*). Diakses pada Maret 2020. <https://medium.com/@afdanrojabi/kuesioner-research-methodology-547df061b0e5>
- Sandra C. Jones and Kylie M. Smith. 2011. *The effect of point of sale promotions on the alcohol purchasing behavior of young people in metropolitan, regional and rural Australia*. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13676261.2011.609538>.
- Schiffman, Leon, & Kanuk, Leslie Lazar. 2007. *Consumer Behavior 7 th. Edition*. (Perilaku Konsumen). Jakarta: PT. Indeks
- Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Administrasi. Bandung: Alfabeta
- Sumarwan, U. 2003. Perilaku Konsumen, Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran. Ghalia Indonesia. Jakarta
- Soltius.co.id. Pengertian Point of Sales Software Indonesia dan Sistem Kerjanya. Diakses pada 16 April 2020, dari <https://www.soltius.co.id/id/blog/read/pengertian-point-of-sales-software-indonesia-dan-sistem-kerjanya>
- Tohir, Lina Maulani. 2015. Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Adopsi Layanan Smart Metering dengan Model Modified Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2. Thesis. Telkom University.

- Telkomsel. 2018. Annual Report Telkomsel 2018. Diakses pada 02 Januari 2020 pukul 10.30 WIB. <https://www.telkomsel.com/about-us/investor-relations>.
- Umar, Husen. Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005
- Venkatesh, Viswanath, James Y.L. Thong dan Xu, Xin. 2012. "Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology," MIS Quarterly, Vol.36, No.1, p.157-178.
- Venkatesh, V., J Y.L. Thong, Xin Xu. 2013. *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: A Synthesis and The Road Ahead*. Journal Association for Information System, diakses pada 13 Januari 2020. http://www.vvenkatesh.com/wp-content/uploads/dlm_uploads/2016/01/2016_JAIS_Venkatesh-et-al.-UTAUT.pdf
- 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, 427-478
- Zikmund, William G. dan Babin, Barry J. 2013. *Essential of Marketing Research*. Edisi 5. China, Asia: South-Wester Cengage Learning
- Zikmund., Babin., 2013, *Menjelajahi Riset Pemasaran*, Salemba Empat, Jakarta Selatan