

## KATA PENGANTAR

Pertama-tama saya selaku penulis hendak mengucapkan puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa yang senantiasa memberikan hikmat, rahmat, ke bijaksanaan dan kesehatan yang sangat luar biasa baik dari luar maupun dalam lingkungan dalam menyelesaikan tugas askhir sebagai persyaratan akademik untuk memperoleh gelar studi yaitu Strata Dua Sarjana Manajemen di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya. Pada penelitian ini, saya sebagai penulis meyakini bahwa seluruh pengungkapan, penyajian, dan penggunaan kata-kata dan bahasa masih sangat jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, dengan segala bentuk kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik, dan segala bentuk pengarahan dari seluruh pihak untuk perbaikan pada tugas akhir ini. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang begitu besar kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung atas terselesaikannya penelitian ini hingga akhir. Ucapan terima kasih ini khususnya ditujukan kepada:

- 1) Bapak Dr. Ronald, S.T., M.M, CSMA, CDM, PMA, selaku *Executive Director* dan *Dean of Surabaya Campus* yang membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan saya selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.
- 2) Bapak Dr. Yanuar Dananjaya, B.Sc, M.Sc, selaku kepala program studi manajemen yang membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan saya selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.
- 3) Ibu Dr. Amelia, S.E., RFP-I, M.M, CSMA, CDM selaku dosen pembimbing pertama yang telah memberikan seluruh perhatian, waktu, dan tenaga serta

kesabaran yang tidak ternilai, serta memberikan dorongan semangat yang mendukung dan memberikan kritik saran yang membangun kepada saya sedari awal hingga penelitian ini dapat terselesaikan.

- 4) Bapak Dr. Ronald, S.T., M.M, CSMA, CDM, PMA, selaku dosen pembimbing kedua yang telah membantu, membimbing, memberikan saran, dan pengertian, tenaga, serta semangat yang tidak pernah berhenti dari awal hingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
- 5) Ibu Dr. Oliandes Sondakh, S.E., M.M., CSMA, selaku dosen penguji pertama yang turut memberikan berbagai masukan dan arahan kepada penulis untuk penyelesaian penelitian ini.
- 6) Bapak Hananiel Mennoverdi Gunawan, AAC, BA, MBA, selaku dosen penguji kedua yang turut memberikan berbagai masukan dan arahan kepada penulis untuk penyelesaian penelitian ini.
- 7) Keluarga saya, alm. Mama, Papa Sambung, Ai, Susuk, Bobo, Adik serta keluarga besar lainnya yang senantiasa mendoakan, memberikan dukungan baik secara tenaga dan waktu, dukungan yang luar biasa dalam menyelesaikan penelitian ini.
- 8) Yeremia Manuel Wicaksono yang telah menjadi *support system* yang selalu mendukung, menyemangati, menghibur, mendoakan serta membantu banyak hal dalam kehidupan sehari-hari saya, serta dalam menyelesaikan penelitian ini.
- 9) Meliana Lukito, Onica Rosana, Erni Dwi Purnomo, Bernard Julius Alexander dan Kirana Amelia yang juga turut menjadi salah satu *support*

*system* yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam penelitian ini.

10) Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu per satu yang telah membantu penulis menyelesaikan penelitian ini.

Hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga Tuhan yang Maha Esa berkenan membalas semua dukungan, kebaikan, dan semangat dari Bapak, Ibu, Saudara, dan teman-teman sekaligus. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat terutama untuk diri pribadi serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan topic yang sama. Segala kritik dan saran atas penelitian ini tentunya akan sangat bermanfaat bagi penyempurnaan yang selanjutnya.

Surabaya, 6 Desember 2022



Thalia Angelica

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR</b>	
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR</b>	
<b>PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR</b>	
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xvi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Batasan Masalah.....	21
1.3. Rumusan Masalah .....	22
1.4. Tujuan Penelitian .....	24
1.5. Manfaat .....	26
1.5.1. Manfaat Teoritis .....	26
1.5.2. Manfaat Praktis.....	27
1.6. Sistematika Penulisan.....	28
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b> ....	30
2.1 Tinjauan Pustaka .....	30
2.1.1 <i>Use Behavior</i> .....	30
2.1.2 <i>Behavioral Intention</i> .....	32
2.1.3 <i>Experience</i> .....	34
2.1.4 <i>Performance Expectancy</i> .....	36
2.1.5 <i>Effort Expectancy</i> .....	37
2.1.6 <i>Social Influence</i> .....	39
2.1.7 <i>Facilitating Conditions</i> .....	41
2.1.8 <i>Hedonic Motivation</i> .....	43
2.1.9 <i>Price Value</i> .....	45
2.1.10 <i>Habit</i> .....	47
2.2 Penelitian Terdahulu .....	49
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	53
2.3.1 Pengaruh <i>Performance Expectancy</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	53
2.3.2 Pengaruh <i>Effort Expectancy</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	54
2.3.3 Pengaruh <i>Social Influence</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	55
2.3.4 Pengaruh <i>Facilitating Conditions</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	56
2.3.5 Pengaruh <i>Hedonic Motivation</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	57
2.3.6 Pengaruh <i>Price Value</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	58
2.3.7 Pengaruh <i>Habit</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	59

2.3.8 Pengaruh <i>Behavioral Intention</i> terhadap <i>Use Behavior</i> .....	60
2.3.9 Pengaruh <i>Experience</i> memoderasi hubungan antara <i>Performance Expectancy</i> dan <i>Behavioral Intention</i> .....	61
2.3.10 Pengaruh <i>Experience</i> memoderasi hubungan antara <i>Effort Expectancy</i> dan <i>Behavioral Intention</i> .....	62
2.3.11 Pengaruh <i>Experience</i> memoderasi hubungan antara <i>Social Influence</i> dan <i>Behavioral Intention</i> .....	63
2.3.12 Pengaruh <i>Experience</i> memoderasi hubungan antara <i>Facilitating Conditions</i> dan <i>Behavioral Intention</i> .....	64
2.3.13 Pengaruh <i>Experience</i> memoderasi hubungan antara <i>Hedonic Motivation</i> dan <i>Behavioral Intention</i> .....	65
2.3.14 Pengaruh <i>Experience</i> memoderasi hubungan antara <i>Price Value</i> dan <i>Behavioral Intention</i> .....	65
2.3.15 Pengaruh <i>Experience</i> memoderasi hubungan antara <i>Habit</i> dan <i>Behavioral Intention</i> .....	66
2.4 Model Penelitian .....	67
2.5 Baglan Alur Berpikir.....	68
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>70</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	70
3.1.1 Jenis Penelitian .....	70
3.1.2 Jenis Data.....	71
3.1.3 Sumber Data .....	72
3.2 Populasi dan Sampel .....	72
3.2.1 Populasi .....	72
3.2.2 Sampel .....	73
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	75
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	80
3.5 Metode Analisis Data.....	82
3.5.1 Pengolahan Data .....	82
3.5.2 Pengujian Hipotesis .....	83
3.5.2.1 Uji Validitas.....	83
3.5.2.2 Uji Realibilitas.....	85
3.5.2.3 Uji Asumsi Klasik .....	85
3.5.2.4 Analisis Linear Regresi Sederhana ( <i>Simple Regression</i> ) .....	89
3.5.2.5 Moderated Regression Analysis (MRA) .....	89
3.5.2.6 Analisis Linear Regresi Berganda ( <i>Multiple Regression</i> ) .....	90
3.5.2.7 Koefisien Korelasi .....	92
3.5.2.8 Koefisien Determinasi ( $R_2$ ).....	93
3.5.2.9 Uji F.....	94
3.5.2.10 Uji T.....	94
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>95</b>
4.1 Gambaran Umum .....	95
4.2 Analisis Data .....	96
4.2.1. Statistik Deskriptif.....	96

4.2.1.1. Karakteristik Responden .....	96
4.2.1.2. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	96
4.2.1.3. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia .....	98
4.2.1.4. Tanggapan Responden.....	100
4.2.2. Analisis Deskriptif Variabel .....	117
4.2.2.1. Penjelasan Responden Terhadap <i>Use Behavior</i> .....	117
4.2.2.2. Penjelasan Responden Terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	119
4.2.2.3. Penjelasan Responden Terhadap <i>Experience</i> .....	120
4.2.2.4. Penjelasan Responden Terhadap <i>Performance Expectancy</i> .....	123
4.2.2.5. Penjelasan Responden Terhadap <i>Effort Expectancy</i> ..	125
4.2.2.6. Penjelasan Responden Terhadap <i>Social Influence</i> .....	127
4.2.2.7. Penjelasan Responden Terhadap <i>Facilitating Conditions</i> .....	129
4.2.2.8. Penjelasan Responden Terhadap <i>Hedonic Motivation</i> .....	131
4.2.2.9. Penjelasan Responden Terhadap <i>Price Value</i> .....	133
4.2.2.10. Penjelasan Responden Terhadap <i>Habit</i> .....	135
4.2.3. Uji Validitas.....	136
4.2.4. Uji Realibilitas.....	138
4.2.5. Pengujian Asumsi Klasik Regresi .....	139
4.2.5.1. Uji Normalitas .....	139
4.2.5.2. Uji Multikolinearitas .....	141
4.2.5.3. Uji Heterokedastisitas.....	142
4.2.5.4. Uji Linearitas .....	144
4.3 Metode Analisis Statistik .....	145
4.3.1. Analisis Regresi.....	145
4.3.1.1. Analisis Regresi Sederhana .....	145
4.3.1.1.1. <i>Use Behavior</i> .....	145
4.3.1.2. Analisis Regresi Berganda.....	146
4.3.1.2.1. <i>Behavioral Intention</i> .....	146
4.3.1.3. Analisis Regresi Variabel Moderasi .....	150
4.3.1.3.1. Analisis Regresi Variabel Moderasi <i>Experience</i> terhadap hubungan <i>Performance Expectancy</i> dengan <i>Behavioral Intention</i> .....	150
4.3.1.3.2. Analisis Regresi Variabel Moderasi <i>Experience</i> terhadap hubungan <i>Effort Expectancy</i> dengan <i>Behavioral Intention</i> .....	153
4.3.1.3.3. Analisis Regresi Variabel Moderasi <i>Experience</i> terhadap hubungan <i>Social Influence</i> dengan <i>Behavioral Intention</i> .....	156
4.3.1.3.4. Analisis Regresi Variabel Moderasi <i>Experience</i> terhadap hubungan <i>Facilitating Conditions</i> dengan <i>Behavioral Intention</i> .....	159



4.3.1.3.5.	Analisis Regresi Variabel Moderasi <i>Experience</i> terhadap hubungan <i>Hedonic Motivation</i> dengan <i>Behavioral Intention</i> .....	162
4.3.1.3.6.	Analisis Regresi Variabel Moderasi <i>Experience</i> terhadap hubungan <i>Price Value</i> dengan <i>Behavioral Intention</i> .....	165
4.3.1.3.7.	Analisis Regresi Variabel Moderasi <i>Experience</i> terhadap hubungan <i>Habit</i> dengan <i>Behavioral Intention</i> .....	168
4.3.2.	Analisis Koefisien Korelasi .....	171
4.3.2.1.	Analisis Koefisien Korelasi Sederhana .....	171
4.3.2.1.1.	Analisis Koefisien Korelasi Sederhana untuk UB*BI .....	171
4.3.2.2.	Analisis Koefisien Korelasi Berganda.....	171
4.3.2.2.1.	Analisis Koefisien Korelasi Berganda untuk PE, EE, SI, FC, HM, PV, H*BI .....	171
4.3.3.	Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	171
4.4	Metode Pengujian Hipotesis .....	172
4.4.1.	Uji Signifikansi Simultan (Uji-F).....	172
4.4.2.	Uji Signifikansi Parsial (Uji-T) .....	173
4.5	Pembahasan.....	179
<b>BAB V</b>	<b>KONKLUSI, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI</b> .....	<b>216</b>
5.1.	Kesimpulan .....	216
5.1.1.	Kesimpulan Atas Hipotesis .....	218
5.1.1.1.	Pengaruh <i>Performance Expectancy</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	218
5.1.1.2.	Pengaruh <i>Effort Expectancy</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	219
5.1.1.3.	Pengaruh <i>Social Influence</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	220
5.1.1.4.	Pengaruh <i>Facilitating Conditions</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	221
5.1.1.5.	Pengaruh <i>Hedonic Motivation</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	222
5.1.1.6.	Pengaruh <i>Price Value</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	223
5.1.1.7.	Pengaruh <i>Habit</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	225
5.1.1.8.	Pengaruh <i>Behavioral Intention</i> terhadap <i>Use Behavior</i> .....	226
5.1.1.9.	Pengaruh positif dari <i>Performance Expectancy</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> yang lebih kuat pada <i>Experience</i> yang lebih tinggi dan lebih lemah pada <i>Experience</i> yang rendah .....	227
5.1.1.10.	Pengaruh positif dari <i>Effort Expectancy</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> yang lebih kuat pada <i>Experience</i> yang lebih tinggi dan lebih lemah pada <i>Experience</i> yang rendah .....	228

5.1.1.11. Pengaruh positif dari <i>Social Influence</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> yang lebih kuat pada <i>Experience</i> yang lebih tinggi dan lebih lemah pada <i>Experience</i> yang rendah .....	230
5.1.1.12. Pengaruh positif dari <i>Facilitating Conditions</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> yang lebih kuat pada <i>Experience</i> yang lebih tinggi dan lebih lemah pada <i>Experience</i> yang rendah .....	231
5.1.1.13. Pengaruh positif dari <i>Hedonic Motivation</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> yang lebih kuat pada <i>Experience</i> yang lebih tinggi dan lebih lemah pada <i>Experience</i> yang rendah .....	233
5.1.1.14. Pengaruh positif dari <i>Price Value</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> yang lebih kuat pada <i>Experience</i> yang lebih tinggi dan lebih lemah pada <i>Experience</i> yang rendah .....	234
5.1.1.15. Pengaruh positif dari <i>Habit</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> yang lebih kuat pada <i>Experience</i> yang lebih tinggi dan lebih lemah pada <i>Experience</i> yang rendah .....	236
5.1.2. Kesimpulan Atas Masalah Penelitian .....	237
5.2. Implikasi .....	239
5.2.1. Implikasi Teoritis .....	239
5.2.2. Implikasi Manajerial .....	241
5.3. Rekomendasi .....	249
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	251
<b>LAMPIRAN A: KUESIONER</b> .....	A-1
<b>LAMPIRAN B: TABULASI DATA KUESIONER</b> .....	B-1
<b>LAMPIRAN C: HASIL PENGOLAHAN DATA</b> .....	C-1
<b>LAMPIRAN D: HASIL TURNITIN</b> .....	D-1



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik mengenai perkembangan penjualan global <i>e-commerce</i> .....	2
Gambar 1.2 Aplikasi Sayurbox.....	6
Gambar 1.3 Jumlah pengunduh aplikasi Sayurbox.....	12
Gambar 1.4 Testimoni dari pelanggan aplikasi Sayurbox di AppStore.....	14
Gambar 1.5 Metode pembayaran yang disediakan oleh aplikasi Sayurbox .....	15
Gambar 1.6 Tampilan dari aplikasi Sayurbox .....	16
Gambar 1.7 Program Sayurfluencer dalam rangka merekomendasikan aplikasi Sayurbox kepada orang lain .....	17
Gambar 1.8 Menu bantuan dan <i>chat</i> dari aplikasi Sayurbox .....	18
Gambar 1.9 Promosi gratis biaya pengiriman apabila melakukan transaksi sebesar Rp. 50.000, -.....	19
Gambar 1.10 Harga produk yang ditawarkan oleh aplikasi Sayurbox .....	20
Gambar 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu .....	50
Gambar 2.2 Model Penelitian .....	67
Gambar 2.3 Bagan Alur Berpikir .....	69
Gambar 4.1: Diagram Pie Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	97
Gambar 4.2 Diagram Pie Responden Berdasarkan Usia.....	99
Gambar 4.3 Scatterplot Uji Normalitas <i>Behavioral Intention</i> .....	140
Gambar 4.4 Scatterplot Uji Normalitas <i>Use Behavior</i> .....	140
Gambar 4.5 Scatterplot Uji Heterokedastisitas <i>Behavioral Intention</i> .....	142
Gambar 4.6 Scatterplot Uji Heterokedastisitas <i>Use Behavior</i> .....	142
Gambar 4.7 Scatterplot EXP memoderasi hubungan antara PE terhadap BI .....	152
Gambar 4.8 Scatterplot EXP memoderasi hubungan antara EE terhadap BI .....	155
Gambar 4.9 Scatterplot EXP memoderasi hubungan antara SI terhadap BI .....	158
Gambar 4.10 Scatterplot EXP memoderasi hubungan antara FC terhadap BI....	161
Gambar 4.11 Scatterplot EXP memoderasi hubungan antara HM terhadap BI..	164
Gambar 4.12 Scatterplot EXP memoderasi hubungan antara PV terhadap BI..	167
Gambar 4.13 Scatterplot EXP memoderasi hubungan antara H terhadap BI....	170
Gambar 4.14 Model Penelitian .....	179

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Unduhan Aplikasi Groceries di Play Store pada Maret 2022 .....	7
Tabel 1.2 Daftar E-Commerce di Indonesia Tahun 2022 .....	8
Tabel 3.1 Desain Inti Kuesioner .....	77
Tabel 3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	80
Tabel 3.3 <i>Rules of Thumb</i> Mengenai Ukuran Koefisien Determinasi .....	93
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	97
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia .....	99
Tabel 4.3 Derajat Penilaian Setiap Variabel .....	101
Tabel 4.4 Tangapan Responden terhadap <i>Use Behavior</i> .....	101
Tabel 4.5 Tangapan Responden terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	103
Tabel 4.6 Tangapan Responden terhadap <i>Experience</i> .....	104
Tabel 4.7 Tangapan Responden terhadap <i>Performance Expectancy</i> .....	106
Tabel 4.8 Tangapan Responden terhadap <i>Effort Expectancy</i> .....	108
Tabel 4.9 Tangapan Responden terhadap <i>Social Influence</i> .....	109
Tabel 4.10 Tangapan Responden terhadap <i>Facilitating Conditions</i> .....	111
Tabel 4.11 Tangapan Responden terhadap <i>Hedonic Motivation</i> .....	113
Tabel 4.12 Tangapan Responden terhadap <i>Price Value</i> .....	114
Tabel 4.13 Tangapan Responden terhadap <i>Habit</i> .....	116
Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Use Behavior</i> .....	117
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Behavioral Intention</i> .....	119
Tabel 4.16 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Experience</i> .....	121
Tabel 4.17 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Performance Expectancy</i> .....	123
Tabel 4.18 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Effort Expectancy</i> .....	125
Tabel 4.19 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Social Influence</i>	128
Tabel 4.20 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Facilitating Conditions</i> .....	130
Tabel 4.21 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Hedonic Motivation</i> .....	131
Tabel 4.22 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Price Value</i> .....	133
Tabel 4.23 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Habit</i> .....	135
Tabel 4.24 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Use Behavior</i> .....	136
Tabel 4.25 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Behavioral Intention</i> .....	137
Tabel 4.26 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Experience</i> .....	137
Tabel 4.27 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Performance Expectancy</i> .....	137
Tabel 4.28 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Effort Expectancy</i> .....	137
Tabel 4.29 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Social Influence</i> .....	137
Tabel 4.30 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Facilitating Conditions</i> .....	137
Tabel 4.31 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Hedonic Motivation</i> .....	137
Tabel 4.32 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Price Value</i> .....	137
Tabel 4.33 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Habit</i> .....	138
Tabel 4.34 Uji Realibilitas .....	138

Tabel 4.35 Uji <i>Kolmogorov Smirnov</i> .....	1399
Tabel 4.36 Nilai <i>Tolerance</i> dan <i>VIF</i> .....	1411
Tabel 4.37 <i>Spearman Test Correlation</i> .....	143
Tabel 4.38 Hasil Uji <i>Linearitas</i> .....	1444
Tabel 4.39 Hasil Uji Regresi Sederhana ( <i>UB*BI</i> ) .....	1455
Tabel 4.40 Hasil Uji Regresi Berganda ( <i>PE, EE, SI, FC, HM, PV, H*BI</i> ) .....	1466
Tabel 4.41 Hasil Regresi Variabel Moderasi <i>Experience</i> terhadap hubungan <i>Performance Expectancy</i> dengan <i>Behavioral Intention</i> .....	15050
Tabel 4.42 Hasil Uji Regresi Variabel Moderasi ( <i>PE, EXP, PE*EXP</i> ) .....	151
Tabel 4.43 Hasil Regresi Variabel Moderasi <i>Experience</i> terhadap hubungan <i>Effort Expectancy</i> dengan <i>Behavioral Intention</i> .....	153
Tabel 4.44 Hasil Uji Regresi Variabel Moderasi ( <i>EE, EXP, EE*EXP</i> ) .....	154
Tabel 4.45 Hasil Regresi Variabel Moderasi <i>Experience</i> terhadap hubungan <i>Social Influence</i> dengan <i>Behavioral Intention</i> .....	156
Tabel 4.46 Hasil Uji Regresi Variabel Moderasi ( <i>SI, EXP, SI*EXP</i> ) .....	157
Tabel 4.47 Hasil Regresi Variabel Moderasi <i>Experience</i> terhadap hubungan <i>Facilitating Conditions</i> dengan <i>Behavioral Intention</i> .....	159
Tabel 4.48 Hasil Uji Regresi Variabel Moderasi ( <i>FC, EXP, FC*EXP</i> ) .....	160
Tabel 4.49 Hasil Regresi Variabel Moderasi <i>Experience</i> terhadap hubungan <i>Hedonic Motivation</i> dengan <i>Behavioral Intention</i> .....	162
Tabel 4.50 Hasil Uji Regresi Variabel Moderasi ( <i>HM, EXP, HM*EXP</i> ) .....	163
Tabel 4.51 Hasil Regresi Variabel Moderasi <i>Experience</i> terhadap hubungan <i>Price Value</i> dengan <i>Behavioral Intention</i> .....	165
Tabel 4.52 Hasil Uji Regresi Variabel Moderasi ( <i>PV, EXP, PV*EXP</i> ) .....	166
Tabel 4.53 Hasil Regresi Variabel Moderasi <i>Experience</i> terhadap hubungan <i>Habit</i> dengan <i>Behavioral Intention</i> .....	168
Tabel 4.54 Hasil Uji Regresi Variabel Moderasi ( <i>H, EXP, H*EXP</i> ) .....	16969
Tabel 4.47 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 1 ( $R^2$ ) .....	1722
Tabel 4.48 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 2 ( $R^2$ ) .....	1722
Tabel 4.49 Hasil Uji <i>F</i> .....	1733
Tabel 4.50 Hasil Uji <i>T</i> .....	1744
Tabel 4.51 Indikator Variabel <i>Behavioral Intention</i> .....	1966
Tabel 4.52 Indikator Variabel <i>Facilitating Conditions</i> .....	1988
Tabel 4.53 Indikator Variabel <i>Effort Expectancy</i> .....	1999
Tabel 4.54 Indikator Variabel <i>Habit</i> .....	2022
Tabel 4.55 Indikator Variabel <i>Social Influence</i> .....	2044
Tabel 4.56 Indikator Variabel <i>Price Value</i> .....	2055
Tabel 4.57 Indikator Variabel <i>Performance Expectancy</i> .....	2077
Tabel 4.58 Indikator Variabel <i>Hedonic Motivation</i> .....	2099
Tabel 4.59 Indikator Variabel <i>Experience</i> .....	2111
Tabel 4.60 Indikator Variabel <i>Use Behavior</i> .....	2133
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis .....	2399
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial .....	2477

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: KUESIONER .....	A-1
LAMPIRAN B: TABULASI DATA KUESIONER .....	B-1
LAMPIRAN C: HASIL PENGOLAHAN DATA.....	C-1
LAMPIRAN D: HASIL TURNITIN .....	D-1

