

Pengaruh Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan terhadap Minat Beli Tiket di Aplikasi PSISFC+

Emaya Kurniawati¹, Satria Sukmawan^{2*}

^{1,2} Universitas Semarang

Jl. Soekarno Hatta Tlogosari Semarang

Jurnal Riptek

Volume 19 No. 1 (59-64)

Tersedia online di:

<http://ripteك.semarangkota.go.id>

Info Artikel:

Diterima: 15 Mei 2025

Disetujui: 23 Juni 2025

Tersedia online: 30 Juni 2025

Kata Kunci:

benefits, convenience, interest, PSIS

Abstract. *The research aims to test the influence of perceived usefulness and perceived ease of use on the interest in buying football tickets of PSISFC+ mobile application users in Semarang City. The method used in the study is quantitative. Sampling used the accident sampling method so that the number of samples was 85 supporters. Data analysis used the Partial Least Square (PLS) approach assisted by SmartPLS software version 3.29. The results of the study show that partially there is a positive and significant influence between perceived usefulness and perceived ease of use on the interest in buying football tickets of PSISFC+ mobile application users in Semarang City. Simultaneously there is a positive and significant influence between perceived usefulness and perceived ease of use on the interest in buying football tickets of PSISFC+ mobile application users in Semarang City.*

Korespondensi penulis:

* satriasukmawan@gmail.com

Cara mengutip:

Kurniawati, E. & Sukmawan, S. 2025. Pengaruh Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Beli Tiket di Aplikasi PSISFC+. Vol. 19 (1) 59-64. <http://ripteك.semarangkota.go.id>

Pendahuluan

PSIS Semarang sudah melaunching aplikasi PSISFC+ untuk memudahkan suporter dan seluruh penonton dalam mendukung dan mengikuti perkembangan Laskar Mahesa Jenar. Aplikasi ini sebagai pengembangan dari sebelumnya website yang telah diupgrade. Aplikasi PSISFC+ melalui playstore yang dapat diakses melalui HP Android. Aplikasi ini menggambarkan kemajuan PSIS. Lengkap ada berita-berita PSIS, foto-foto resolusi tinggi, ada klasemen, PSIS Store, dan ada sistem pembelian tiket. Terkait promosi, ada banyak promo baik untuk pembelian tiket maupun merchandise. Membeli tiket di PSISFC lebih murah. Tipe generasi millennial yang senang mencari informasi melalui teknologi ini merupakan gambaran kemudahan mencari informasi tanpa batas serta memanfaatkan teknologi yang ada. Oleh karena itu, generasi millennial menjadi target utama dalam hal menumbuhkan minat beli tiket sepakbola pengguna aplikasi mobile PSISFC+ melalui kecanggihan teknologi.

Technology Accerptance Model (TAM). Menurut Davis (1989) mengungkapkan bahwa *Technology Acceptance Model (TAM)* secara terperinci menjelaskan penerimaan teknologi informasi itu sendiri. Terdapat beberapa model untuk

menganalisa dan memahami factor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi, salah satunya teori penerimaan teknologi atau yang sering disebut dengan *Technology Acceptance Model (TAM)*. Model TAM yang dikembangkan oleh TAM yang dikembangkan Davis (1989) merupakan adaptasi dari teori tindakan beralasan atau Theory Reasoned Action (TRA) yaitu teori tindakan beralasan yang dikembangkan oleh Ajzen dan Fishben pada tahun 1975. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi penggunaan teknologi antara lain persepsi pengguna atas manfaatnya dan kemudahan penggunaan sebagai tindakan yang beralasan dalam konteks penggunaan teknologi. Alasan seseorang dalam melihat manfaa dan kemudahan penggunaan menjadikan tindakan orang tersebut dapat menerima penggunaan teknologi..

Perbedaan hasil penelitian mengenai penerimaan teknologi masih terjadi. Penelitian Bangkara et al. (2016) menyatakan bahwa persepsi kemanfaatan berpengaruh terhadap minat. Namun, hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan Rekarti & Hertina (2014) yang menyatakan persepsi kemanfaatan justru tidak berpengaruh terhadap minat. Selain persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan juga menjadi salah satu alasan

penggunaan teknologi. Bangkara (2016) mengungkapkan persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat. Namun penelitian lain yang dilakukan Sari & Setiaboedhi (2017) mengungkapkan persepsi kemudahan justru tidak berpengaruh terhadap minat.

Tujuan tiap pelaku bisnis online adalah mendapatkan pengunjung sebanyak mungkin kemudian bisa diarahkan menjadi pembeli. Namun informasi yang didapat dari PSIS, dari presentase kunjungan tahun 2023 (40,8 %) ke tahun 2024 (32,9 %) justru mengalami penurunan. Hal ini lah yang menjadi masalah penelitian ini. Atas dasar hal tersebut aplikasi mobile PSISFC+ terus memikirkan cara bagaimana meningkatkan berbagai pelayanan, meningkatkan kualitas promosi dan sebagainya agar minat beli tiket sepakbola pengguna aplikasi mobile PSISFC+ kembali meningkat. PSIS telah mengiklankan serta mempromosikan aplikasi mereka melalui berbagai media agar konsumen dapat mengenali dan tertarik untuk melakukan transaksi di aplikasi mobile PSISFC+. Fenomena ini mendorong peneliti mengembangkan minat beli dengan menonjolkan keunikan serta keunggulan.

Metoda Analisa

Riset ini memakai metode kuantitatif Penulis memakai data primer, yakni informasi diperoleh secara langsung dari responden yang terlihat dari jawaban kuisisioner yang sudah disebar. Penulis menerapkan skala Likert yang telah dimodifikasi dengan skor 1-5 untuk mengukur indikator

kuisisioner. Populasi menjadi target riset ini adalah suporter PSIS Semarang yang jumlahnya tidak diketahui. Pengambilan sampel memakai metode accident sampling sehingga jumlah sampel pada riset ini sebanyak 85 suporter PSIS.

Informasi yang sudah terkumpul selanjutnya dianalisis menggunakan dua metode, yakni measurement (*outer*) model bagi pengujian validitas serta reliabilitas melalui analisis *convergent validity* dan *discriminant validity* serta mencocokkan nilai-nilai *square root of average variance extranced* (AVE) untuk tiap variabel. Untuk realibilitas diuji melalui analisis *cronbach's alpha* serta *composite reliability*. Analisis data menggunakan pendekatan *Partial Least Square* (PLS) bantuan software SmartPLS versi 3.29, karena dengan SmartPLS versi 3.2.9 dapat membantu peneliti menganalisis data dan membangun model prediksi yang akurat untuk memahami minat beli tiket.

Hasil dan Pembahasan

Uji Validitas (*Convergent Validity*)

Analisis pertama adalah dengan *convergent validity* dinilai melalui *outer loadings* dan *average variance extranced* yang diperoleh. Validitas konvergen dinyatakan dinilai melalui skor *Average Variance Extracted* (AVE) > 0,5 dan skor *loading factor* > 0,7. Untuk validitas diskriminan diuji dengan *cross-loading*. Uji reliabilitas ditentukan menggunakan *cronbach's alpha* > 0,7 dan *composite reliability* > 0,7.

Table 1. Hasil Outer Loading

Variabel	Indikator	Outer Loadings	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	AVE
Persepsi penggunaan	Pp.1	0.866	0.908	0.942	0.751
	Pp.2	0.887			
	Pp.3	0.884			
	Pp.4	0.882			
Persepsi kemudahan	Pk.1	0.849	0.868	0.919	0.697
	Pk.2	0.831			
	Pk.3	0.837			
	Pk.4	0.871			
Minat beli	Mb.1	0.896	0.923	0.955	0.783
	Mb.2	0.926			
	Mb.3	0.863			
	Mb.4	0.906			

Sumber: Data Primer diolah SmartPLS, 2025

Berdasarkan hasil pada tabel 1, nilai *loading factor* tiap-tiap indikator lebih dari 0,70 yang menunjukkan keandalan masing-masing indikator dalam menilai minat beli tiket sepakbola pengguna

aplikasi mobile PSISFC+ di Kota Semarang. Tingkat keandalan ditunjukkan oleh nilai *cronbach's alpha* dan nilai *composite reliability* keduanya lebih besar dari 0,70. Dinyatakan jika setiap variabel bisa

diandalkan dan keandalan konstruk setiap indikator bervariasi. Selain itu, karena seluruh nilai AVE lebih tinggi dari pada 0,5, sehingga seluruhnya dinyatakan valid.

Pengujian R-Square (R²)

Sesudah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas, tahapan selanjutnya ialah evaluasi inner model, dengan pengujian *coefficient determination* (R²) dan uji *path coefficient*. Tujuan uji R-Square adalah melihat tingkat pengaruh yang diberikan *independent variable* kepada *dependent variable*.

Table 2. Hasil Uji R-Square

	R-Square Adjusted
Minat beli	0.664

Sebagaimana tercantum di tabel 2, Minat beli tiket sepakbola pengguna aplikasi mobile PSISFC+ di Kota Semarang memperoleh nilai R-Square Adjusted yaitu 0,664, mengindikasikan minat beli dipengaruhi oleh Persepsi kemanfaatan dan Persepsi kemudahan sebesar 66,4 %, sementara sisanya 33,6 % dipengaruhi aspek lain yang tidak dikaji pada penelitian ini.

Uji Path Coefficient

Uji koefisien yang bertujuan membuktikan taraf signifikansi pada pengujian hipotesis yaitu Uji *path coefficient* berdasarkan teknik *two-tailed*. Kemudian hasil analisisnya dipakai untuk menjawab hipotesis yang sudah disusun melalui pengamatan *t-statistics* dan *p-values*. Hipotesis disetujui apabila *t-statistics* > *t-tabel* serta *p-values* < 0,05.

Table 3. Hasil Uji Path Coefficient

	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P-Values
Persepsi penggunaan → Minat beli	0.480	0.162	2.751	0.038
Persepsi kemudahan → Minat beli	0.195	0.133	1.705	0.001

Sumber: Data Primer Diolah SmartPLS, 2025

Tabel 3, Persepsi kemanfaatan mendapat *t-statistics* 2.751, yakni lebih tinggi dibandingkan *t-tabel* (1,65), dan diperoleh *p-value* 0.038 lebih rendah dibandingkan 0,05, maka disimpulkan Persepsi penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat beli tiket sepakbola pengguna aplikasi mobile PSISFC+ di Kota Semarang, maka H₁ disetujui. Persepsi kemudahan mendapatkan

nilai *t-statistics* 1.705, yaitu lebih tinggi dibandingkan *t-tabel* (1,65) dan memperoleh *p-value* 0.001 lebih rendah dibandingkan 0,05. Disimpulkan Persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat beli tiket sepakbola pengguna aplikasi mobile PSISFC+ di Kota Semarang, sehingga H₂ diterima.

PEMBAHASAN

Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Beli

Hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa persepsi kemanfaatan memiliki pengaruh terhadap minat beli tiket sepakbola pengguna aplikasi mobile PSISFC+ di Kota Semarang. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa bila teknologi yang ditawarkan memiliki manfaat dalam pengoperasiannya ternyata berpengaruh terhadap minat beli tiket sepakbola pengguna aplikasi mobile PSISFC+ di Kota Semarang. Teknologi yang bermanfaat bagi pengguna akan mendorong pengguna untuk menggunakannya. Dalam hal minat beli tiket sepakbola pengguna aplikasi mobile PSISFC+ di Kota Semarang, hal ini sejalan karena manfaat yang didapat dari teknologi tersebut mampu meningkatkan minat beli tiket sepakbola pengguna aplikasi mobile PSISFC+ di Kota Semarang tiket. Penelitian ini sesuai dengan teori *Technology Accerptance Model* (TAM). Menurut Davis (1989); Pavlou (2003), faktor-faktor yang dapat mempengaruhi penggunaan teknologi antara lain persepsi kemanfaatannya. Disamping itu, penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya dari Bangkara et al. (2016) menyatakan bahwa persepsi kemanfaatan berpengaruh terhadap minat. Namun, hasil penelitian ini justru berbanding terbalik dengan penelitian sebelumnya dari Rekarti & Hertina (2014) yang menyatakan persepsi kemanfaatan justru tidak berpengaruh terhadap minat.

Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat beli

Hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh terhadap minat beli tiket sepakbola pengguna aplikasi mobile PSISFC+ di Kota Semarang. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa teknologi yang ditawarkan memiliki kemudahan dalam pengoperasiannya, mampu mendorong seseorang untuk minat beli tiket sepakbola pengguna aplikasi mobile PSISFC+ minat beli tiket sepakbola pengguna aplikasi mobile PSISFC+ di Kota Semarang. Penelitian ini sesuai dengan teori *Technology Accerptance Model* (TAM). Menurut Davis (1989); Chauhan (2015), faktor-faktor yang dapat mempengaruhi penggunaan

teknologi antara lain persepsi kemudahan. Disamping itu, penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya dari Kim et al (2017); Bangkara et al. (2016) menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat. Namun, hasil penelitian ini justru berbanding terbalik dengan penelitian sebelumnya dari Sari & Setiaboedhi (2017) mengungkapkan persepsi kemudahan justru tidak berpengaruh terhadap minat, sehingga teknologi yang memiliki kemudahan bagi pengguna ternyata belum mampu mendorong pengguna untuk melakukannya.

Kesimpulan

Terdapat pengaruh positif dan signifikan persepsi kemanfaatan terhadap minat beli tiket sepakbola pengguna aplikasi mobile PSISFC+. Terdapat pengaruh positif dan signifikan persepsi kemudahan terhadap minat beli tiket sepakbola pengguna aplikasi mobile PSISFC+. Minat beli tiket sepakbola pengguna aplikasi mobile PSISFC+ memperoleh nilai R-Square Adjusted yaitu 0,664, mengindikasikan minat beli dipengaruhi oleh Persepsi penggunaan dan Persepsi kemudahan sebesar 66,4 %, sementara sisanya 33,6 % dipengaruhi aspek lain yang tidak dikaji pada penelitian ini

DAFTAR PUSTAKA

- A'la, C. N. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology(Fintech) (Studi Pada Masyarakat Kota Medan). Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., Rana, N. P. P., & Williams, M. D. (2016). Consumer adoption of mobile banking in Jordan: Examining the role of usefulness, ease of use, perceived risk and self-efficacy. *Journal of Enterprise Information Management*, 29(1), 118–139. <https://doi.org/10.1108/JEIM-04-2015-0035>.
- Ariwibowo, J., Putra, D., Nugroho, & Adhi, M. (2018). Pengaruh Trust Dan Perceived of Risk Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Menggunakan ECommerce. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 2(1), 11–35. <https://doi.org/10.21831/nominal.v2i1.1646>.
- Asja, H. J., Susanti, S., & Fauzi, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan Paylater: Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 2(4), 309–325. <https://doi.org/10.35912/jakman.v2i4.495>
- Bangkara, Rajendra Prasada dan Ni Putu Sri Harta Mimba. (2016). Pengaruh perceived usefulness dan perceived ease of use pada minat penggunaan internet banking dengan attitude toward using sebagai variabel intervening. Diambil dari : (<https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/article/view/21551>)
- Chauhan, S. (2015) Acceptance of Mobile by Poor Citizens of India: Integrating Trust Into the Technology Acceptance Model. *Info*. 17. 58-68
- Christiani, M. F., & Immanuela, I. (2021). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada Nasabah Bank Di Madiun. 09(03), 220–232.
- Fifaldyovan, M. I., & Supriyanta. (2021). Determinan Minat Penggunaan Fintech. *Jurnal Manajemen Pelayaran Nasional*, 4(2), 11–17. <http://jurnal.apnsurakarta.ac.id/index.php/muara>
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., dan Rao, H. R., (2017). A trust-based consumer decision making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents, *Proceedings of Ninth Americas Conference on Information Systems*, 157-167
- Nada, A. R., Suryani, & Siwi, N. (2021). Pengaruh Citra Perusahaan, Harga, Dan Promosi Terhadap Minat Menggunakan Hasanah Card Bank Bni Syariah Depok. *Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 6(2), 125–140.
- Nasir, F. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Aplikasi OVO Studi Pada Mahasiswa SI Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa. *Jurnal Investasi*, 7(1), 36–43.
- Novalia, P., Purnamawati, I. G. A., & Wahyuni, M. A. (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, Dan Kepuasan Wajib Pajak Orang Pribadi Terhadap Penggunaan E-Billing. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 1(1), 218–229.

- jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/2836/2846
- Pavlou, P.A. (2003). Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with The Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 69-103
- Prasetya, H., & Putra, S. E. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Manfaat Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik Di Surabaya. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 17(2), 151–158. doi.org/10.34001/jdeb.v17i2.1340
- Prasetya, I. G. B. I., & Purnamawati, I. G. A. (2020). Pengaruh Nilai Harga, Motivasi Hedonis, Kebiasaan Dan Daya Tarik Promo Terhadap Minat Menggunakan Mobile Payment OVO. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 11(1), 148–158.
- Purnamawati, I. G. A., & Nugraha, I. G. B. B. (2021). Perception on Usability and Risk of E-Business Platform for Women Managed Small and Medium Weaving Enterprises. *International Journal of Social Science and Business*, 5(4), 459. doi.org/10.23887/ijssb.v5i4.39512
- Sari, M. A., Listiawati, R., & Vidyasari, R. (2019). Analisa Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet: Studi Kasus Produk Gopay dan Linkaja Pada Masyarakat Epngguna Di Wilayah Jabodetabek. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 18(2), 126–134.
- Setiawan, A., Rofingatun, S., & Patma, K. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Risiko Terhadap Minat Dan Penggunaan Financial Teknologi (Fintech) Dengan Minat Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Daerah*, 15(2), 35–48. doi.org/10.52062/jakd.v15i2.1623
- Yogananda, A. S., & Dirgantara, I. M. B. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik. *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 1–7. ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/17947
- Putri, K. A. M. P., Yasa, I. N. P., & Wahyuni, M. A. (2018). Pengujian Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna Samsat Online (Studi Pada Kantor Samsat Kabupaten Buleleng). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha*, 9(2), 2614–1930. www.kemenkeu.go.id/
- Rekarti, Endi & Hertina, Lilis. (2014). Beberapa Faktor yang berpengaruh terhadap Minat Beli Online pada Situs Jual Beli Tokobagus.com. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial*. Jilid 2, Nomor 3.
- Rodiah, S., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Ewallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), 66. <https://doi.org/10.31331/jeee.v1i2.1293>
- Sari, Hasrini & Setiaboedhi, AP. (2017). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Beli Pangan Organik Melalui Situs Online. *Journal.ipb.ac.id* E-ISSN : 2407-2524 No.10.17358/JMA.14.154
- Yudiantara, I. G. A. P., & Yasa, I. N. P. (2020). Determinant Use of Behavior Online Shopping Information System. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 158(Teams), 413–419. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.201212.058>

