

**MODEL KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM  
MEMILIH OPERATOR SELULER DAN PEMBENTUKAN  
PERILAKU PENGGUNAAN LAYANAN TEKNOLOGI  
BERKELANJUTAN**

**DISERTASI**

Oleh:

**Widya Granita**

**NIM. 67116020001**



**PROGRAM DOKTORAL MANAJEMEN  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2020**

## LEMBAR PENGESAHAN DISERTASI

Judul Disertasi : Model Keputusan Memilih Operator Seluler dan  
Pembentukan Perilaku Penggunaan Layanan  
Teknologi Berkelanjutan  
Penyusun : Widya Granita  
NPM : 67116020001  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui Oleh:

Promotor



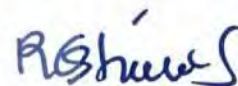
(Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, M.S)

Ko-Promotor I



(Dr. Yuli Harwani, MM)

Ko-Promotor II



(Dr. Rina Astini, MM)

Direktur Paskasarjana



(Prof. Dr. -Ing. Mudrik Alaydrus)

Kepala Program Studi Doktorat



(Prof. H.M. Havidz Aima, MS., Ph.D)

## **IDENTITAS TIM PENGUJI DISERTASI**

Disusun oleh mahasiswa :

Judul : Model Keputusan Memilih Operator Seluler dan  
Pembentukan Perilaku Penggunaan Layanan  
Teknologi Berkelanjutan  
Penyusun : Widya Granita  
NPM : 67116020001  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

### **KOMISI PEMBIMBING**

Ketua Komisi Pembimbing : Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip D, MS

Anggota Komisi Pembimbing 1 : Dr. Yuli Harwani, MM

Anggota Komisi Pembimbing 2 : Dr. Rina Astini, MM

### **TIM DOSEN PENGUJI**

Dosen Penguji 1 : Prof. Dr. Asep Hermawan, M.SC

Dosen Penguji 2 : Prof. Dr. Willy Arafah, MM

Dosen Penguji 3 : Dr. Daru Asih, MM

: 02 Oktober 2020

Tanggal Ujian

SK Penguji :

## PERNYATAAN ORISINALITAS DISERTASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Widya Granita  
NIM : 67117010005  
Program Studi : Doktoral Ilmu Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul Disertasi : Model Keputusan Memilih Operator Seluler dan Pembentukan Perilaku Penggunaan Layanan Teknologi Berkelanjutan

Dengan ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa disertasi yang saya serahkan ini benar-benar hasil karya sendiri. Tidak ada didalamnya yang merupakan plagiat dari karya orang lain dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko dan sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Jakarta, Oktober 2020

Yang membuat pernyataan,



**Widya Granita**

## PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Widya Granita  
Nim : 67116020001  
Program Studi : Doktor Manajemen

Dengan judul “MODEL KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH OPERATOR SELULER DAN PEMBENTUKAN PRILAKU PENGGUNAAN LAYANAN TEKNOLOGI BERKELANJUTAN” telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 02 Mei 2020 didapatkan nilai persentase sebesar 23%.



Jakarta, Oktober 2020  
Administrator Turnitin

  
Arie Pangudi, A.md

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## **Disertasi Ini Penulis Persembahkan Kepada:**

- Ayahanda dan ibunda tersayang yang tak pernah berhenti mendoakan dan mengorbankan segalanya dengan sepenuh kasih untuk penulis.
- Suami tercinta, yang selalu sabar menemani, mendukung, menyemangati penulis tanpa batas dengan setulus cinta; serta anak-anaku tersayang yang selama masa studi telah ditinggalkan dan tercuri waktu-waktu kebersamaan.
- Telkomsel yang telah memberi dukungan kepada penulis untuk bersekolah kembali.
- Teman-teman dari Operator seluler Indonesia: XL-Axiata, Indosat-Ooredoo, H3I, Smartfren dan Telkomsel.
- *International University Liason Indonesia* yang telah memberikan banyak dukungan dan kepercayaan kepada penulis.
- Promotor yang selama ini telah penulis anggap sebagai orang tua yang selalu membimbing dan banyak mengajarkan tentang hakekat ilmu pengetahuan dan arti kehidupan kepada penulis.
- Ko Promotor dan seluruh penguji dari luar komisi maupun luar universitas, Direktur Paska sarjana, seluruh dosen dan civitas akademika, Kepala Program Studi dan Sekretaris Program Studi Doktorat Manajemen beserta seluruh dosen dan staf Universitas Mercu Buana.
- Ilmu Pengetahuan, khususnya di bidang manajemen

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan segala nikmat-Nya kepada penulis hingga dapat menyelesaikan penelitian ini. Salawat serta salam kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW yang telah membimbing umatnya dari jalan kegelapan menuju cahaya Ilahi. Hanya karena kasih sayang dan kebaikannya, penulis mampu menyelesaikan penelitian disertasi ini tepat pada waktunya. Penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip D., MS. selaku promotor, Dr. Yuli Harwani, MM selaku Ko Promotor I dan Dr. Rina Astini, MM., selaku Ko promotor II yang telah membimbing, memberikan ide, saran dan kritik yang konstruktif kepada penulis. Dr. Arisetyono Nugroho, MM dan Dr. M. Mukti Ali, MM dimana pada awal penyusunan disertasi selalu menumbuhkan keyakinan penulis dalam menentukan fondasi disertasi ini. Prof. H. M. Havidz Aima, MS., Ph.D., selaku ketua program studi doktoral ilmu manajemen dan Prof. Dr. -Ing. Mudrik Alaydrus, selaku Direktur Pascasarjana Universitas Mercu Buana. Prof. Dr. Asep Hermawan, MSc dan Prof. Dr. Willy Arafah, MM yang mengulas secara tajam dalam memberikan pemahaman keilmuan manajemen; Dr. Daru Asih, MM, yang memperkokoh disertasi ini dengan keilmuan perilaku konsumen.
2. Ir. Hendri Mulya Sjam, *Director of Network* Telkomsel; Muharam Perbawamukti, *Director of Human Capital Managemen* Telkomsel, Ir. Garuda Sugardo Bapak GSM Indonesia, arsitek pembangunan Telkomsel; Bapak Rudiantara, Dr. Ricardo Indra, MI.Kom; Dr. Krishnawan Pribadi, MBA, Dr. Ir. Al. Agus Kristiadi, MM; Berna Saefullah, ST; Ir. Taufik Al Jufri dan tim

*Program Management Office*; Ir. Andi Agus Akbar, MBA; Bapak Arief H. Gunawan, Hamdani Gunawan, ST, MSi dan Ir. Daniswara Pandina, MBA beserta rekan-rekan di *Regulatory Management*; Dr. Samuel PD Anantajaya, MM., Dr. Satiri Muhammad Zen dan keluarga besar *International University Liason Indonesia (IULI)*; Rina Hartini S.Si., MM untuk diskusi dan dukungan baik di kantor maupun di dunia akademis.

3. Rekan-rekan Telkomsel, Ikatan Orang Tua Mahasiswa (Ikoma) FKG UI dan FK Unair yang telah memberikan doa, dukungan dan atensi selama proses penyusunan disertasi ini.
4. Keluarga tercinta Ir. Bambang Isprimadhi, Kartika Devy Pragitara, SKG., Chiquita Febby Pragitara, S. Ked dan Romika Ramadan; Ayahanda tercinta Drs. Bambang Purwito, BE dan ibunda Sri Widyastuti, yang telah memberikan perhatian, dukungan dan kasih sayang serta cinta yang tulus tak terbatas kepada penulis.
5. Adik-adik tercinta dari keluarga besar Bandung, Jakarta dan Delft. Teruntuk papa Bambang Sumantri (alm) tersayang yang selalu memberikan semangat dan kasih sayang tanpa pernah putus.



## ABSTRAK

Beberapa tahun terakhir ini pertumbuhan pengguna layanan data seluler semakin meningkat, namun diiringi dengan rerata penggunaan (ARPU) yang stagnan bahkan cenderung menurun. Tantangan yang dihadapi operator seluler adalah meningkatkan pendapatan dalam situasi ketatnya persaingan di industri telekomunikasi pada pasar yang telah matang. Dengan demikian diperlukan pengelolaan pengguna secara sistematis, melalui pembentukan perilaku penggunaan yang didasari motivasi kebutuhan dan karakteristik teknologi yang terstruktur, sehingga dapat memberikan nilai kepuasan yang terukur. Penelitian ini bertujuan membangun model keputusan memilih operator seluler dan pembentukan perilaku penggunaan yang bersifat siklik dengan menyatukan adopsi dan difusi penggunaan. Konsep siklik secara langsung akan meningkatkan penggunaan berulang sekaligus membentuk loyalitas pengguna. Pendekatan kuantitatif digunakan pada penelitian ini, pengumpulan data dilakukan melalui survei pada 258 responden dan analisis data menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan penambahan diskriminan analisis untuk kelompok pengguna prabayar dan pascabayar. Penelitian ini menghasilkan model baru yang menggambarkan pentingnya penerimaan teknologi dan perilaku penggunaan sebagai penentu dominan proses adopsi-difusi teknologi. Temuan penelitian: (1) Motivasi utilitarian berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih operator seluler (KMOS); (2) Motivasi hedonik berpengaruh terhadap keputusan memilih operator seluler KMOS; (3) Karakteristik teknologi berpengaruh signifikan terhadap KMOS; (4) KMOS berpengaruh terhadap perilaku penggunaan; (5) KMOS berpengaruh signifikan terhadap evaluasi pengguna; (6) Perilaku penggunaan berpengaruh signifikan terhadap KMOS; (7) Evaluasi pengguna berpengaruh signifikan terhadap KMOS. Hasil penelitian ini dapat memperkaya khasanah literatur dengan kontribusi teori yang bermanfaat mengenai konsep perilaku penggunaan dalam mengelola konsumen, khususnya di industri telekomunikasi. Selain itu, dapat membantu operator seluler dalam merancang perilaku penggunaan; mengembangkan ragam layanan bernilai tambah berbasis teknologi terkini yang sesuai dengan perilaku, keinginan dan kebutuhan pengguna.

***Kata Kunci:*** *adopsi, difusi penggunaan, siklik, kecocokan teknologi*

## ABSTRACT

In the last few years, the growth of mobile internet service users has increased, but it has been followed by a stagnant usage rate (ARPU) that has even tended to decline. The challenge faced by cellular operators is to increase revenue in a situation of intense competition in the telecommunications industry in a mature market. Thus the systematic management of users is needed, through the formation of user behavior based on structured motivational needs and characteristics of technology, to provide measurable satisfaction values. This study aims to build a decision model for selecting cellular operators and forming cyclic usage behaviors by uniting the adoption and diffusion of use. The cyclic concept will directly increase repeat usage while also forming user loyalty. The quantitative approach used in this study, data collection is done through surveys, data processing and analysis using Structural Equation Modelling (SEM) with the addition of discriminant analysis for groups of prepaid and postpaid users. This research produces a new model that illustrates the importance of technology acceptance and usage behavior as the dominant determinant of the technology adoption-diffusion process. Research findings: (1) Utilitarian motivation influences the decision to choose a cellular operator significantly (KMOS); (2) hedonic motivation influences KMOS; (3) Technology characteristics influence KMOS significantly; (4) KMOS influences usage behaviour significantly; (5) KMOS influences user evaluation significantly; (6) Usage behavior influences KMOS significantly; (7) User evaluation influences KMOS significantly. The results of the study can enrich the literature treasury by contributing useful theories about the concept of user behavior in managing consumers, especially in the telecommunications industry. Besides, it can assist cellular operators in designing usage behavior; develop a variety of value-added services based on the latest technology following the behavior, wants, and needs of users.

***Keywords: adoption diffusion, use diffusion, cyclic, technology fit***

## **PRAKATA**

Bismillahirrahmanirrahim,

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat, nikmat dan karunia-Nya, sehingga disertasi yang berjudul “Model Keputusan Konsumen dalam Memilih Operator Seluler dan pembentukan Perilaku Penggunaan Layanan Teknologi Berkelanjutan” dapat diselesaikan dengan baik. Disertasi ini diajukan sebagai bagian dari tugas akhir dalam rangka menyelesaikan studi pada program Doktoral Ilmu Manajemen Universitas Mercu Buana dengan konsentrasi Manajemen Pemasaran.

Dalam penyelesaian disertasi ini, penulis banyak mendapatkan kendala-kendala teknis khususnya selama melaksanakan penelitian dan observasi di lapangan. Namun dengan bantuan dari berbagai pihak akhirnya penulis dapat menuntaskan disertasi ini dengan baik. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu penulis dari awal pembelajaran hingga akhir studi.

Akhir kata, hanya kepada Allah SWT yang maha kuasa penulis bersujud syukur atas segala ridha dan kemurahanNYA, penulis dapat melalui semua liku-liku dalam menyelesaikan disertasi. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kelemahan dalam penulisan disertasi ini, untuk itu saran dan kritik yang konstruktif akan sangat membantu agar disertasi ini dapat menjadi lebih baik lagi. Semoga disertasi ini dapat berkontribusi bagi industri telekomunikasi dan bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu manajemen.

Jakarta, 2 Oktober, 2020

Penulis,

**Widya Granita**

## DAFTAR ISI

|  |       |
|--|-------|
| <b>HALAMAN JUDUL</b> .....   | i     |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN DI DISERTASI</b> .....  | ii    |
| <b>IDENTITAS TIM PENGUJI DISERTASI</b> .....   | iii   |
| <b>PERNYATAAN ORISINALITAS DISERTASI</b> .....   | iv    |
| <b>PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i></b> .....  | v     |
| <b>Disertasi Ini Penulis Persembahkan Kepada</b> .....   | vi    |
| <b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....   | vii   |
| <b>ABSTRAK</b> .....   | ix    |
| <b>PRAKATA</b> .....   | xi    |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....  | xii   |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....  | xvi   |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....   | xviii |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....   | xix   |
| <br>   |       |
| <b>I. PENDAHULUAN</b>  |       |
| 1.1. Latar Belakang Penelitian. ....   | 1     |
| 1.2. Identifikasi Masalah .....  | 20    |
| 1.3. Rumusan Masalah .....   | 23    |
| 1.4. Tujuan Penelitian .....   | 26    |
| 1.5. Manfaat Penelitian .....  | 27    |
| 1.6. Kebaruan/Novelty .....  | 28    |
| <br>   |       |
| <b>II.KERANGKA DASAR TEORITIK</b>  |       |
| 2.1. Layanan Seluler dan Layanan Data Seluler .....  | 31    |
| 2.2. Adopsi Difusi Teknologi .....   | 41    |
| 2.3. Karakteristik Inovasi Teknologi .....   | 46    |
| 2.4. Motivasi Kebutuhan .....  | 50    |
| 2.4.1. Perilaku Konsumen .....   | 50    |
| 2.4.2. Perilaku Konsumen Daring .....  | 56    |
| 2.4.3. Motivasi dan Persepsi Konsumen .....  | 60    |
| 2.4.4. Motivasi Utilitarian dan Hedonik .....  | 61    |
| 2.4.5. Persepsi Konsumen .....   | 64    |
| 2.5. Keputusan Konsumen .....  | 69    |
| 2.5.1. Kerangka Keputusan Konsumen .....   | 69    |
| 2.5.2. <i>Task technology Fit</i> .....  | 73    |
| 2.6. Model Difusi Penggunaan .....   | 78    |
| 2.6.1. Perilaku Penggunaan .....   | 81    |
| 2.6.2. Evaluasi Pengguna .....   | 83    |
| 2.7. Menyatukan <i>Adoption Diffusion</i> dan <i>Use Diffusion</i> .....   | 87    |
| 2.8. Model Keputusan Memilih Operator Seluler dan Pembentukan<br>Perilaku Penggunaan Layanan Teknologi Berkelanjutan ..... | 91    |

### III. KERANGKA KONSEP PENELITIAN

|   |     |
|---|-----|
| 3.1. Kerangka Pemikiran .....   | 95  |
| 3.2. Kajian Model Penelitian .....  | 98  |
| 3.3. Hipotesa Penelitian .....  | 105 |
| 3.3.1. Pengaruh Motivasi Kebutuhan Utilitarian terhadap Keputusan Memilih Operator .....                      | 105 |
| 3.3.1.1. Hubungan Persepsi Utilitas dengan <i>Needs technology fit</i> .....                                  | 106 |
| 3.3.1.2. Hubungan Persepsi Utilitas dengan <i>Technology functionality fit</i> .....                          | 107 |
| 3.3.1.3. Hubungan Persepsi Nilai Harga dengan <i>Needs technology fit</i> .....                               | 109 |
| 3.3.1.4. Hubungan Persepsi Nilai Harga dengan <i>Technology functionality fit</i> .....                       | 111 |
| 3.3.2. Pengaruh motivasi kebutuhan hedonis terhadap keputusan memilih operator .....                          | 113 |
| 3.3.2.1. Hubungan Persepsi Citra Diri dengan <i>Needs technology fit</i> .....                                | 113 |
| 3.3.2.2. Hubungan Persepsi Citra Diri dengan <i>Technology functionality fit</i> .....                        | 114 |
| 3.3.2.3. Hubungan Persepsi Kepercayaan dengan NTF .....   | 116 |
| 3.3.2.4. Hubungan Kepercayaan dengan <i>Technology functionality fit</i> .....                                | 118 |
| 3.3.3. Pengaruh Karakteristik Teknologi terhadap keputusan memilih operator .....                             | 120 |
| 3.3.3.1. Hubungan <i>compatibility</i> dengan <i>Needs technology fit</i> .....                               | 120 |
| 3.3.3.2. Hubungan <i>compatibility</i> dengan <i>Technology functionality fit</i> .....                       | 122 |
| 3.3.3.3. Hubungan <i>relative advantage</i> dengan <i>Needs technology fit</i> .....                          | 123 |
| 3.3.3.4. Hubungan <i>relative advantage</i> dengan <i>Technology functionality fit</i> .....                  | 126 |
| 3.3.4. Keputusan Memilih Operator Seluler Saling Berpengaruh terhadap Perilaku Penggunaan .....               | 128 |
| 3.3.4.1. <i>Needs technology fit</i> Saling Berhubungan dengan Intensitas Penggunaan .....                    | 128 |
| 3.3.4.2. <i>Technology functionality fit</i> Saling Berhubungan dengan Intensitas Penggunaan .....            | 130 |
| 3.3.4.3. <i>Needs technology fit</i> Saling Berhubungan dengan Ragam Penggunaan .....                         | 132 |
| 3.3.4.4. <i>Technology functionality fit</i> Saling Berhubungan dengan Ragam Penggunaan .....                 | 134 |
| 3.3.5. Keputusan Memilih Operator Seluler saling Berpengaruh terhadap Evaluasi Pengguna .....                 | 140 |
| 3.3.5.1. <i>Needs technology fit</i> Saling Berhubungan dengan Kepuasan terhadap Teknologi .....              | 140 |
| 3.3.5.2. <i>Technology functionality fit</i> Saling Berhubungan dengan Kepuasan terhadap Teknologi .....      | 142 |
| 3.3.5.3. <i>Needs technology fit</i> Saling Berhubungan dengan Ketertarikan pada Teknologi Baru .....         | 143 |
| 3.3.5.4. <i>Technology functionality fit</i> Saling Berhubungan dengan Ketertarikan pada Teknologi Baru ..... | 145 |

|   |     |
|---|-----|
| <b>IV. METODE PENELITIAN</b>  |     |
| 4.1. Pendekatan Penelitian .....  | 149 |
| 4.2. Paradigma Penelitian .....   | 151 |
| 4.3. Tempat dan Waktu Penelitian .....                                      | 152 |
| 4.4. Metode Pengumpulan Data .....  | 152 |
| 4.4.1. Jenis Data .....   | 152 |
| 4.4.2. Sumber Data .....  | 152 |
| 4.4.3. Teknik Pengumpulan Data .....  | 153 |
| 4.5. Metode Penarikan Sampel .....  | 154 |
| 4.6. Definisi Operasional Variabel .....                                    | 157 |
| 4.6.1. Motivasi Kebutuhan Utilitarian .....                                 | 157 |
| 4.6.2. Motivasi Kebutuhan Hedonik .....                                     | 158 |
| 4.6.3. Karakteristik Teknologi .....  | 159 |
| 4.6.4. Keputusan Memilih Operator Seluler .....                             | 160 |
| 4.6.5. Perilaku Penggunaan .....  | 162 |
| 4.6.6. User Evaluation (Evaluasi Pengguna) .....                            | 163 |
| 4.7. Metode Analisis .....  | 165 |
| 4.8. Analisis Diskriminan .....   | 176 |
| <b>BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN</b>  | 178 |
| 5.1. Profil Responden .....   | 179 |
| 5.2. Analisis Deskriptif Perilaku Pengguna Seluler .....                    | 182 |
| 5.2.1. Layanan yang Digunakan .....   | 182 |
| 5.2.2. Layanan Seluler yang Selalu Aktif di Setiap Waktu .....              | 183 |
| 5.2.3. Alasan Memilih Operator Seluler .....                                | 184 |
| 5.3. Uji Beda Persepsi Konsumen Prabayar dengan Pascabayar .....            | 185 |
| 5.3.1. Motivasi Kebutuhan Utilitarian .....                                 | 185 |
| 5.3.2. Motivasi Kebutuhan Hedonik .....                                     | 188 |
| 5.3.3. Karakteristik Teknologi .....  | 191 |
| 5.3.4. Keputusan Memilih Operator .....                                     | 194 |
| 5.3.5. Perilaku Penggunaan .....  | 197 |
| 5.3.6. Evaluasi pengguna .....  | 200 |
| 5.4. Analisis Diskriminan .....   | 203 |
| 5.4.1. Uji Signifikansi Variabel Kedua Kelompok Jenis Kartu Seluler .....   | 205 |
| 5.4.2. Tingkat Pengaruh Variabel Pembeda Kedua<br>Jenis Kartu Seluler ..... | 206 |
| 5.5. Analisis Model Pengukuran .....  | 209 |
| 5.5.1. Analisis Persepsi Utilitas .....                                     | 210 |
| 5.5.2. Analisis Persepsi Nilai Harga .....                                  | 213 |
| 5.5.3. Analisis Persepsi Citra Diri .....                                   | 215 |
| 5.5.4. Analisis Persepsi Kepercayaan .....                                  | 217 |
| 5.5.5. Analisis <i>Compatibility</i> .....                                  | 219 |
| 5.5.6. Analisis <i>Relative Advantage</i> .....                             | 221 |
| 5.5.7. Analisis <i>Needs Technology Fit</i> .....                           | 223 |
| 5.5.8. Analisis <i>Technology Functionality Fit</i> .....                   | 226 |
| 5.5.9. Analisis Intensitas Penggunaan .....                                 | 228 |
| 5.5.10. Analisis Ragam Penggunaan .....                                     | 230 |
| 5.5.11. Analisis Kepuasan terhadap Teknologi .....                          | 232 |
| 5.5.12. Analisis Ketertarikan pada Teknologi Baru .....                     | 234 |
| 5.6. Analisis Kecocokan Keseluruhan model .....                             | 237 |
| 5.7. Analisis Hubungan Antar Dimensi .....                                  | 240 |
| 5.8. Hasil Uji Pengaruh Langsung dan Tak Langsung .....                     | 245 |
| 5.9. Hasil Uji Hipotesis .....  | 246 |
| 5.10. Siklik Model Unifikasi Difusi dan Adopsi .....                        | 260 |

|   |     |
|---|-----|
| <b>BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN</b>       |     |
| 6.1. Kesimpulan .....                     | 266 |
| 6.2. Implikasi dan Rekomendasi .....      | 273 |
| 6.2.1. Implikasi Teoritis .....           | 273 |
| 6.2.2. Implikasi Manajerial .....         | 274 |
| 6.2.3. Keterbatasan dan Rekomendasi ..... | 279 |
| 6.2.3.1. Keterbatasan Penelitian .....    | 279 |
| 6.2.3.2. Rekomendasi .....                | 280 |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....               | 283 |
| <b>GLOSSARY</b> .....                     | 301 |
| <b>LAMPIRAN.</b> .....                    | 306 |
| <b>RIWAYAT HIDUP</b> .....                | 332 |



## DAFTAR TABEL

|  |     |
|--|-----|
| Tabel 1.1. ARPU Operator Seluler .....   | 8   |
| Tabel 2.1. Komparasi Karakteristik <i>Adoption Diffusion-Use Diffusion</i> ..... | 90  |
| Tabel 4.1. Operasionalisasi Variabel MKU .....                                   | 157 |
| Tabel 4.2. Operasionalisasi Variabel MKH .....                                   | 158 |
| Tabel 4.3. Operasionalisasi Variabel KT .....                                    | 160 |
| Tabel 4.4. Operasionalisasi Variabel KMOS .....                                  | 161 |
| Tabel 4.5. Operasionalisasi Variabel PP .....                                    | 162 |
| Tabel 4.6. Operasionalisasi Variabel UE .....                                    | 164 |
| Tabel 4.7. Perbandingan Ukuran-Ukuran GOF .....                                  | 171 |
| Tabel 5.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kartu seluler .....                | 180 |
| Tabel 5.2. Layanan yang Selalu Aktif Setiap Waktu .....                          | 184 |
| Tabel 5.3. Persepsi Aspek PU Berdasarkan Jenis Kartu Seluler .....               | 186 |
| Tabel 5.4. Persepsi Aspek PNH Berdasarkan Jenis Kartu Seluler .....              | 187 |
| Tabel 5.5. Persepsi Aspek PCD Berdasarkan Jenis Kartu Seluler .....              | 189 |
| Tabel 5.6. Persepsi Aspek PK Berdasarkan Jenis Kartu Seluler .....               | 190 |
| Tabel 5.7. Persepsi Aspek COMP Berdasarkan Jenis Kartu Seluler .....             | 192 |
| Tabel 5.8. Persepsi Aspek RA Berdasarkan Jenis Kartu Seluler .....               | 194 |
| Tabel 5.9. Persepsi Aspek NTF Berdasarkan Jenis Kartu Seluler .....              | 195 |
| Tabel 5.10. Persepsi Aspek TTF Berdasarkan Jenis Kartu Seluler .....             | 197 |
| Tabel 5.11. Persepsi Aspek IP Berdasarkan Jenis Kartu Seluler .....              | 198 |
| Tabel 5.12. Persepsi Aspek RP Berdasarkan Jenis Kartu Seluler .....              | 199 |
| Tabel 5.13. Persepsi Aspek KT Berdasarkan Jenis Kartu Seluler .....              | 200 |
| Tabel 5.14. Persepsi Aspek KTB Berdasarkan Jenis Kartu Seluler .....             | 202 |
| Tabel 5.15. <i>Test of Equality Group Means</i> .....                            | 206 |
| Tabel 5.16. <i>Standardized &amp; Unstandardized Canonical</i> .....             | 207 |
| Tabel 5.17. <i>Functional Group Centroids</i> .....                              | 207 |
| Tabel 5.18. Goodness of Fit Index (GOFI) Variabel Laten PU .....                 | 211 |
| Tabel 5.19. Validitas dan Reliabilitas PU .....                                  | 211 |
| Tabel 5.20. Goodness of Fit Index (GOFI) Variabel Laten PNH .....                | 213 |
| Tabel 5.21. Validitas dan Reliabilitas PNH .....                                 | 214 |
| Tabel 5.22. Goodness of Fit Index (GOFI) Variabel Laten PCD .....                | 215 |
| Tabel 5.23. Validitas dan Reliabilitas PCD .....                                 | 216 |
| Tabel 5.24. Goodness of Fit Index (GOFI) Variabel Laten PK .....                 | 218 |
| Tabel 5.25. Validitas dan Reliabilitas PK .....                                  | 218 |
| Tabel 5.26. Goodness of Fit Index (GOFI) Variabel Laten COMP .....               | 220 |
| Tabel 5.27. Validitas dan Reliabilitas COMP .....                                | 220 |
| Tabel 5.28. Goodness of Fit Index (GOFI) Variabel Laten RA .....                 | 222 |
| Tabel 5.29. Validitas dan Reliabilitas RA .....                                  | 222 |
| Tabel 5.30. Goodness of Fit Index (GOFI) Variabel Laten NTF .....                | 224 |
| Tabel 5.31. Validitas dan Reliabilitas NTF .....                                 | 225 |
| Tabel 5.32. Goodness of Fit Index (GOFI) Variabel Laten TFF .....                | 226 |
| Tabel 5.33. Validitas dan Reliabilitas TFF .....                                 | 227 |
| Tabel 5.34. Goodness of Fit Index (GOFI) Variabel Laten IP .....                 | 229 |
| Tabel 5.35. Validitas dan Reliabilitas IP .....                                  | 229 |
| Tabel 5.36. Goodness of Fit Index (GOFI) Variabel Laten RP .....                 | 231 |
| Tabel 5.37. Validitas dan Reliabilitas RP .....                                  | 231 |
| Tabel 5.38. Goodness of Fit Index (GOFI) Variabel Laten KT .....                 | 233 |
| Tabel 5.39. Validitas dan Reliabilitas KT .....                                  | 233 |



## DAFTAR TABEL (Lanjutan)

|  |     |
|--|-----|
| Tabel 5.40. Goodness of Fit Index (GOFI) Variabel Laten KTB .....          | 235 |
| Tabel 5.41. Validitas dan Reliabilitas KTB .....                           | 236 |
| Tabel 5.42. Persepsi Aspek Kepercayaan Berdasarkan Jenis Kartu Seluler ... | 238 |
| Tabel 5.43. Uji Antar Dimensi .....  | 241 |
| Tabel 5.44. Hasil Uji Pengaruh Dimensi Y terhadap Z1 .....                 | 243 |
| Tabel 5.45. Hasil Uji Pengaruh Dimensi Y terhadap Z2 .....                 | 244 |
| Tabel 5.46. Hasil Uji Pengaruh Dimensi Z1 terhadap Y .....                 | 244 |
| Tabel 5.47. Hasil Uji Pengaruh Dimensi Z2 terhadap Y .....                 | 245 |
| Tabel 5.48. Hasil Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung .....           | 245 |
| Tabel 5.49. Hasil Uji Hipotesis .....                                      | 260 |



## DAFTAR GAMBAR

|              |  |     |
|--------------|--|-----|
| Gambar 1.1.  | Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2017 .....                  | 5   |
| Gambar 1.2.  | Pengguna Layanan Seluler Tahun 2020 .....                                    | 6   |
| Gambar 2.1.  | Jaringan Seluler .....   | 34  |
| Gambar 2.2.  | Layanan Seluler .....  | 36  |
| Gambar 2.3.  | <i>Technology Acceptance Model</i> .....                                     | 43  |
| Gambar 2.4.  | <i>Mobile Wireless Technology Acceptance Mode</i> .....                      | 44  |
| Gambar 2.5.  | TAMM ( <i>TAM for Mobile Servive</i> ) .....                                 | 45  |
| Gambar 2.6.  | Model Perilaku Konsumen .....  | 51  |
| Gambar 2.7.  | <i>Framework</i> Perilaku <i>Online</i> Konsumen.....                        | 58  |
| Gambar 2.8.  | Konseptual Persepsi .....  | 66  |
| Gambar 2.9.  | Proses Pengambilan Keputusan .....   | 72  |
| Gambar 2.10. | Model <i>Task Technology Fit</i> .....                                       | 74  |
| Gambar 2.11. | <i>Use-Diffusion Model</i> .....   | 80  |
| Gambar 2.12. | Model Baru Penelitian .....  | 93  |
| Gambar 3.1.  | Proses Adopsi-Difusi .....   | 98  |
| Gambar 3.2.  | <i>Needs Technology Fit</i> Memengaruhi Niat Pembelian .....                 | 100 |
| Gambar 3.3.  | <i>Model Device Functionality Fit</i> .....                                  | 101 |
| Gambar 3.4.  | <i>Use Diffusion Model</i> .....   | 102 |
| Gambar 3.5.  | Konseptual Model Penelitian .....  | 104 |
| Gambar 5.1.  | Penggunaan Jenis Layanan Seluler .....                                       | 183 |
| Gambar 5.2.  | Konstruk Persepsi Utilitas .....   | 211 |
| Gambar 5.3.  | Konstruk Persepsi Nilai Harga .....  | 213 |
| Gambar 5.4.  | Konstruk Persepsi Citra Diri .....   | 215 |
| Gambar 5.5.  | Konstruk Persepsi Kepercayaan .....  | 217 |
| Gambar 5.6.  | Konstruk Persepsi <i>Compatibility</i> .....                                 | 219 |
| Gambar 5.7.  | Konstruk Persepsi <i>Relative Advantage</i> .....                            | 222 |
| Gambar 5.8.  | Konstruk Persepsi NTF .....  | 224 |
| Gambar 5.9.  | Konstruk Persepsi TFF .....  | 226 |
| Gambar 5.10. | Konstruk Persepsi IP .....   | 228 |
| Gambar 5.11. | Konstruk Persepsi RP.....  | 230 |
| Gambar 5.12. | Konstruk Persepsi KT .....   | 233 |
| Gambar 5.13. | Konstruk Persepsi KTB .....  | 235 |
| Gambar 5.14. | Koefisien Persamaan Struktural Model KMOS dan Hasil Pengujian t-Hitung ..... | 239 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|   |     |
|---|-----|
| Lampiran 1. Instrumen Penelitian .....  | 306 |
| Lampiran 2. Variabel, Dimensi dan Indikator .....                                     | 309 |
| Lampiran 3. Variabel Laten Endogen dan Eksogen, Dimensi dan Deskripsi Indikator ..... | 311 |
| Lampiran 4. Output Pengolahan SEM ( <i>Standardized Loading Factors</i> ) .....       | 313 |
| Lampiran 5. Output Pengolahan SEM ( <i>t-Value</i> ) .....                            | 314 |
| Lampiran 6. Hasil Pengolahan SEM dengan LISREL 8.70.....                              | 315 |
| Lampiran 7. Hasil Uji Beda Persepsi Responden Berdasarkan Jenis Kartu Seluler .....   | 330 |

