

Analisis pengaruh self-image, norma subjektif, dan perceived value terhadap intensi penggunaan electronic booking e-booking pada pengguna muda di Indonesia dengan technology acceptance model sebagai mediasi. studi kasus: booking.com = Analysis the effect of self image subjective norm perceived value toward youth s intention to use electronic booking e booking in Indonesia with technology acceptance model as mediation study case booking.com

Lia Rahmenisa, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20431210&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Skripsi ini bertujuan untuk meneliti pengaruh self-image, norma subjektif, perceived value, perceived ease of use, dan perceived usefulness pada intensi penggunaan ebooking pengguna muda di Indonesia dengan studi kasus Booking.com. Responden adalah orang Indonesia berusia 18 - 25 tahun dan belum pernah menggunakan Booking.com. Penelitian dilakukan dengan metode purposive sampling dan snowball sampling. Data diolah dengan Structural Equation Modelling (SEM). Jumlah responden valid adalah 167 responden. Hasil menunjukkan perceived usefulness dan perceived value berpengaruh positif pada intensi untuk menggunakan layanan Booking.com, namun perceived ease of use tidak. Selain itu self-image dan norma subjektif melalui mediasi TAM mampu mempengaruhi intensi untuk menggunakan.

ABSTRACT

Skripsi ini bertujuan untuk meneliti pengaruh self-image, norma subjektif, perceived value, perceived ease of use, dan perceived usefulness pada intensi penggunaan ebooking pengguna muda di Indonesia dengan studi kasus Booking.com. Responden adalah orang Indonesia berusia 18 - 25 tahun dan belum pernah menggunakan Booking.com. Penelitian dilakukan dengan metode purposive sampling dan snowball sampling. Data diolah dengan Structural Equation Modelling (SEM). Jumlah responden valid adalah 167 responden. Hasil menunjukkan perceived usefulness dan perceived value berpengaruh positif pada intensi untuk menggunakan layanan Booking.com, namun perceived ease of use tidak. Selain itu self-image dan norma subjektif melalui mediasi TAM mampu mempengaruhi intensi untuk menggunakan.