



**SKRIPSI**

**ANALISIS PERILAKU PENGGUNAAN FITUR  
TAG LOKASI PADA KONTEN TIKTOK UNTUK  
PEMILIHAN DESTINASI WISATA GENERASI Z  
DAN MILENIAL BERDASARKAN MODEL  
UTAUT2**

**CYNTHIA WIDYA LESTARI**

NPM 22082010045

**DOSEN PEMBIMBING**

Arista Pratama, S.Kom., M.Kom.

Asif Faruqi, S.Kom., M.Kom.

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
SURABAYA  
2026**

## LEMBAR PENGESAHAN

### ANALISIS PERILAKU PENGGUNAAN FITUR TAG LOKASI PADA KONTEN TIKTOK UNTUK PEMILIHAN DESTINASI WISATA GENERASI Z DAN MILENIAL BERDASARKAN MODEL UTAUT2

Oleh :

CYNTHIA WIDYA LESTARI


NPM. 22082010045

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Prodi Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur Pada tanggal 11 Mei 2026.

Menyetujui,

Arista Pratama, S.Kom., M.Kom.

NPT. 17119910320052

  
.....

(Pembimbing I)

Asif Faroqi, S.Kom., M.Kom.

NIP. 198705192018031001

  
.....

(Pembimbing II)

Anita Wulansari, S.Kom., M.Kom.

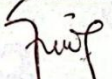
NIP. 198710152022032005

  
.....

(Ketua Penguji)

Rafika Rahmawati, S.Kom., M.Kom., MBA.

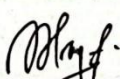
NIP. 199710122024062001

  
.....

(Penguji II)

Muhammad Septama Prasetya, S.Kom., M.Kom.

NIP. 199309282025061002

  
.....

(Penguji III)

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ilmu Komputer,



Prof. Dr/Ir. Novirina Hendrasarie, MT.

NIP. 19681126 199403 2 001

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**ANALISIS PERILAKU PENGGUNAAN FITUR TAG LOKASI PADA  
KONTEN TIKTOK UNTUK PEMILIHAN DESTINASI WISATA  
GENERASI Z DAN MILENIAL BERDASARKAN MODEL UTAUT2**

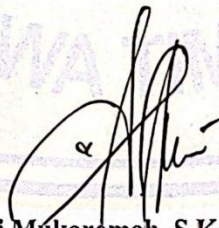
Oleh :

CYNTHIA WIDYA LESTARI

NPM. 22082010045

Menyetujui,

**Koordinator Program Studi Sistem Informasi  
Fakultas Ilmu Komputer**



**Siti Mukaromah, S.Kom., M.Kom.**  
NIP. 19810704 2021212011

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Cynthia Widya Lestari  
NPM : 22082010045  
Program : Sarjana (S1)  
Program Studi : Sistem Informasi  
Fakultas : Fakultas Ilmu Komputer

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.



Surabaya, 25 Mei 2026  
Yang Membuat Pernyataan,



Cynthia Widya Lestari  
NPM. 22082010045

## ABSTRAK

Nama Mahasiswa / NPM : Cynthia Widya Lestari / 22082010045  
Judul Skripsi : Analisis Perilaku Penggunaan Fitur *Tag* Lokasi Pada Konten Tiktok Untuk Pemilihan Destinasi Wisata Generasi Z Dan Milenial Berdasarkan Model UTAUT2  
Dosen Pembimbing : 1. Arista Pratama, S.Kom., M.Kom.  
2. Asif Faroqi, S.Kom., M.Kom.

Perkembangan media sosial, khususnya TikTok, telah mengubah perilaku pengguna dalam mencari informasi destinasi wisata, di mana media sosial mulai menggantikan peran mesin pencari tradisional. Fitur *tag* lokasi pada konten TikTok memungkinkan pengguna memperoleh informasi secara cepat dan terintegrasi, namun masih terdapat permasalahan terkait akurasi serta kepercayaan terhadap informasi yang ditampilkan. Oleh karena itu, penelitian ini menganalisis faktor perilaku penggunaan fitur *tag* lokasi oleh Generasi Z dan Milenial serta peran usia sebagai moderasi, menggunakan model UTAUT2 dengan *perceived trust*, melibatkan 425 responden dan dianalisis dengan PLS-SEM menggunakan SmartPLS 4. Dari 20 hipotesis yang diajukan, sebanyak 7 hipotesis diterima dan 3 hipotesis ditolak. Selain itu, hasil *Multi Group Analysis* (MGA) ditemukan bahwa variabel *age* memoderasi 3 hubungan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *habit*, dan *perceived trust* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention*. Di sisi lain, *facilitating conditions* dan *hedonic motivation* tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention* maupun *actual behavior*. Penelitian ini juga menemukan bahwa *behavioral intention* dan *habit* memiliki pengaruh signifikan terhadap *actual behavior*. Variabel *Age* berperan sebagai moderasi pada hubungan antara *effort expectancy* dengan *behavioral intention* serta *behavioral intention* dan *habit* terhadap *actual behavior*. Hasil ini menunjukkan penggunaan fitur *tag* lokasi pada konten TikTok dipengaruhi oleh manfaat, kemudahan, kebiasaan, dan kepercayaan sehingga kualitas informasi perlu ditingkatkan.

**Kata Kunci:** TikTok, *Tag* Lokasi, Generasi Z, Milenial, UTAUT2

## ABSTRACT

Student Name / NPM : Cynthia Widya Lestari / 22082010045  
Thesis Title : *Analysis of User Behavior in Using the Location Tag Feature on TikTok Content for Tourist Destination Selection among Generation Z and Millennials Based on the UTAUT2 Model*  
Advisor : 1. Arista Pratama, S.Kom., M.Kom.  
2. Asif Faroqi, S.Kom., M.Kom.

*The development of social media, particularly TikTok, has changed user behavior in searching for tourism destination information, where social media has begun to replace the role of traditional search engines. The location tag feature in TikTok content enables users to obtain information quickly and in an integrated manner; however, issues related to the accuracy and trustworthiness of the displayed information still remain. Therefore, this study analyzes the behavioral factors influencing the use of the location tag feature among Generation Z and Millennials, as well as the role of age as a moderating variable, using the UTAUT2 model with perceived trust, involving 425 respondents and analyzed using PLS-SEM through SmartPLS 4. Of the 20 proposed hypotheses, 7 hypotheses were accepted and 3 hypotheses were rejected. In addition, the results of the Multi Group Analysis (MGA) found that the age variable moderated three relationships. The findings indicate that performance expectancy, effort expectancy, social influence, habit, and perceived trust have significant effects on behavioral intention. On the other hand, facilitating conditions and hedonic motivation do not show significant effects on either behavioral intention or actual behavior. This study also found that behavioral intention and habit have significant effects on actual behavior. The Age variable plays a moderating role in the relationship between effort expectancy and behavioral intention, as well as between behavioral intention and habit toward actual behavior. These findings indicate that the use of the location tag feature in TikTok content is influenced by usefulness, ease of use, habit, and trust therefore, improving information quality is necessary.*

**Keywords:** *TikTok, Location Tag, Generation Z, Millennials, UTAUT2*

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, kesehatan, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Perilaku Penggunaan Fitur Tag Lokasi Pada Konten TikTok untuk Pemilihan Destinasi Wisata Generasi Z dan Milenial Berdasarkan Model UTAUT2”**. Penyusunan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Sistem Informasi di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur. Penulis menyadari bahwa proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Ayah dan Umi' yang kehadirannya sangat berarti dalam kehidupan penulis, Terima kasih atas setiap doa yang tidak pernah putus, kasih sayang yang tulus, serta pengorbanan tanpa batas yang selalu mengiringi setiap langkah dan perjuangan untuk pendidikan penulis hingga berada di titik ini. Tidak kalah penting, Kakak tersayang penulis yang senantiasa menjadi inspirasi untuk berani melangkah lebih jauh dengan seluruh dukungan dan kepercayaan yang menguatkan penulis.
2. Bapak Arista Pratama, S.Kom., M.Kom., dan Bapak Asif Faroqi, S.Kom., M.Kom., selaku dosen pembimbing I dan II yang senantiasa memberikan arahan, bimbingan, dan dukungan hingga selama proses penyusunan skripsi.
3. Bapak Doddy Ridwandono, S.Kom., M.Kom., selaku dosen wali yang telah memberikan arahan dan pendampingan selama proses perkuliahan penulis.
4. Ibu Siti Mukaromah, S.Kom., M.Kom., selaku Koordinator Program Studi Sistem Informasi UPN “Veteran” Jawa Timur, yang telah membantu kelancaran proses akademik perkuliahan penulis.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Sistem Informasi yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman berharga selama masa perkuliahan.
6. Para responden penelitian yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan baik.

7. Pingky Nadianti, Ike Wahyu, dan Amanda Fayza sahabat penulis yang senantiasa hadir memberikan dukungan, doa, dan bantuan tiada henti sejak sebelum memasuki dunia perkuliahan hingga tahap akhir ini.
  8. Jessica Rizki, Alifatul Azkia, dan Wulandari sahabat SMA penulis yang senantiasa memberikan dukungan sejak masa sekolah hingga perkuliahan.
  9. Raihana, Fidyah, Marisca, Icha, dan Puti sahabat penulis dalam “Gadis” yang menjadi rumah kedua tempat bercerita bagi penulis selama perkuliahan, serta senantiasa memberikan dukungan dan doa dalam setiap proses yang dilalui. Bersama kalian, hari-hari di kampus menjadi layak dikenang, sehingga memotivasi penulis untuk mampu menyelesaikan perkuliahan sedari awal hingga akhir penyusunan skripsi ini dengan baik.
  10. Nadiyah, Alfina, dan Zahrah sahabat penulis dalam “Minion” yang senantiasa membersamai perjalanan penulis sejak awal perkuliahan hingga akhir, serta selalu memberikan semangat dan motivasi dalam perkuliahan.
  11. Fidyah, Rakha Naufal, Septiono Raka, dan teman seperbimbingan lainnya atas kerja sama, diskusi, sejak proses awal hingga akhir penyusunan skripsi.
  12. Seluruh teman seperjuangan sistem informasi 2022 dan seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, serta bantuan yang menyertai penulis selama masa studi dan proses penyusunan skripsi ini.
  13. Terakhir kepada diri sendiri yang mampu berdamai dengan setiap takdir yang kerap berada di luar ekspektasi, serta tetap berjuang menjalani perkuliahan dan bertahan hingga saat ini meskipun diliputi keraguan. Pada akhirnya, setiap langkah dan proses yang dilalui menjadi bukti bahwa tidak ada perjuangan yang sia-sia, karena telah berusaha dijalani sebaik mungkin.
- Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan ke depannya. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta memberikan kontribusi positif dalam bidang ilmu penulis tekuni.

Surabaya, 1 Mei 2026

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>v</b>
<b>SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xxi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xxiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Batasan Masalah .....	7
1.4 Tujuan Penelitian .....	8
1.5 Manfaat Penelitian .....	8
1.6 Relevansi Sistem Informasi .....	9
1.7 Sistematika Penelitian.....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>13</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Landasan Teori .....	30
2.2.1 Perilaku Pengguna .....	30
2.2.2 Media Sosial.....	31
2.2.3 TikTok.....	32
2.2.4 Fitur <i>Tag</i> Lokasi pada TikTok .....	33
2.2.5 Perbedaan Generasi Z dan Milenial .....	35
2.2.6 <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2</i> .....	36
2.2.7 Variabel <i>Perceived Trust</i> .....	38
2.2.8 Hubungan Usia dengan Penggunaan Teknologi .....	39
2.2.9 <i>Partial Least Squares - Structural Equation Modeling</i> .....	39
2.2.10 SmartPLS .....	40

<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>41</b>
3.1 Alur Penelitian .....	41
3.2 Studi Observasi .....	41
3.3 Identifikasi Masalah .....	42
3.4 Studi Literatur .....	43
3.5 Penentuan Model Konseptual .....	44
3.5.1 Definisi Operasional.....	45
3.6 Penyusunan Hipotesis .....	46
3.6.1 Hubungan <i>Performance Expectancy</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> ....	47
3.6.2 Hubungan <i>Effort Expectancy</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	47
3.6.3 Hubungan <i>Social Influence</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	48
3.6.4 Hubungan <i>Facilitating Conditions</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	48
3.6.5 Hubungan <i>Facilitating Conditions</i> terhadap <i>Actual Behavior</i> .....	49
3.6.6 Hubungan <i>Hedonic Motivation</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	50
3.6.7 Hubungan <i>Habit</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	50
3.6.8 Hubungan <i>Habit</i> terhadap <i>Actual Behavior</i> .....	51
3.6.9 Hubungan <i>Behavioral Intention</i> terhadap <i>Actual Behavior</i> .....	52
3.6.10 Hubungan <i>Perceived Trust</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	53
3.7 Penetapan Populasi dan Sampel.....	53
3.7.1 Populasi .....	54
3.7.2 Ukuran Sampel .....	54
3.7.3 Teknik Sampling .....	56
3.7.4 Sumber Pengumpulan Data .....	56
3.8 Penyusunan Instrumen Penelitian .....	57
3.8.1 Instrumen Penelitian.....	57
3.8.2 Skala Pengukuran .....	63
3.9 Pengujian Instrumen Penelitian .....	63
3.9.1 Uji Validitas .....	64
3.9.2 Uji Reliabilitas.....	68
3.10 Penyebaran Kuesioner.....	69
3.11 Pengolahan dan Analisis Data.....	70
3.11.1 <i>Data Cleaning</i> .....	70

3.11.2 Analisis Statistik Deskriptif .....	71
3.11.3 Analisis Statistik Inferensial .....	71
3.12 Penarikan Kesimpulan dan Saran .....	75
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>77</b>
4.1 <i>Data Cleaning</i> .....	77
4.1.1 Pengecekan Kesesuaian Sampel .....	77
4.1.2 Pengecekan Duplikasi Data .....	78
4.1.3 Pengecekan Jawaban Berpola .....	78
4.1.4 Pengecekan <i>Outlier</i> .....	79
4.2 Data Demografi Responden.....	80
4.2.1 Usia Responden .....	80
4.2.2 Jenis Kelamin Responden .....	81
4.2.3 Pekerjaan Responden .....	82
4.2.4 Domisili Provinsi Responden .....	83
4.2.5 Lama Penggunaan Aplikasi .....	85
4.2.6 Intensitas Penggunaan Fitur .....	86
4.2.7 Destinasi Wisata.....	87
4.3 Hasil dan Pembahasan Analisis Statistik Deskriptif.....	89
4.3.1 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Performance Expectancy</i> .....	89
4.3.2 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Effort Expectancy</i> .....	91
4.3.3 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Social Influence</i> .....	92
4.3.4 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Facilitating Conditions</i> .....	94
4.3.5 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Hedonic Motivation</i> .....	95
4.3.6 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Habit</i> .....	97
4.3.7 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Perceived Trust</i> .....	99
4.3.8 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Behavioral Intention</i> .....	100
4.3.9 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Actual Behavior</i> .....	102
4.4 Hasil dan Pembahasan Analisis Statistik Inferensial.....	103
4.4.1 <i>Outer Model</i> .....	103
4.4.2 <i>Inner Model</i> .....	108
4.4.3 Pengujian Hipotesis .....	113
4.4.4 Pengujian <i>Multi Group Analysis</i> .....	118

4.5 Pembahasan Hasil Penelitian .....	124
4.5.1 Hubungan <i>Performance Expectancy</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> ..	124
4.5.2 Hubungan <i>Effort Expectancy</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	127
4.5.3 Hubungan <i>Social Influence</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	130
4.5.4 Hubungan <i>Facilitating Conditions</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	133
4.5.5 Hubungan <i>Facilitating Conditions</i> terhadap <i>Actual Behavior</i> .....	136
4.5.6 Hubungan <i>Hedonic Motivation</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	139
4.5.7 Hubungan <i>Habit</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	142
4.5.8 Hubungan <i>Habit</i> terhadap <i>Actual Behavior</i> .....	145
4.5.9 Hubungan <i>Behavioral Intention</i> terhadap <i>Actual Behavior</i> .....	148
4.5.10 Hubungan <i>Perceived Trust</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	151
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>155</b>
5.1 Kesimpulan .....	155
5.2 Saran.....	156
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>157</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>169</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Media Sosial Sering Diakses Berdasarkan Generasi [16].....	2
Gambar 1.2 Tampilan Fitur <i>Tag</i> Lokasi Pada Konten TikTok .....	3
Gambar 1.3 Pendekatan Sistem Informasi [38] .....	9
Gambar 2.1 Logo TikTok [72].....	32
Gambar 2.2 Tampilan konten dengan fitur <i>tag</i> lokasi TikTok.....	33
Gambar 2.3 Tampilan <i>filter</i> wilayah konten dari fitur <i>tag</i> lokasi TikTok .....	34
Gambar 2.4 Program Monetisasi TikTok <i>Go</i> .....	35
Gambar 2.5 <i>Research</i> Model UTAUT2 [31] .....	37
Gambar 3.1 Alur Penelitian.....	41
Gambar 3.2 Model Konseptual UTAUT2 [8] .....	44
Gambar 4.1 Usia Responden.....	80
Gambar 4.2 Jenis Kelamin Responden .....	81
Gambar 4.3 Pekerjaan Responden .....	82
Gambar 4.4 Domisili Provinsi Responden.....	83
Gambar 4.5 Lama Penggunaan Aplikasi.....	85
Gambar 4.6 Intensitas Penggunaan Fitur .....	86
Gambar 4.7 Destinasi Wisata.....	87
Gambar 4.8 Hasil Penyebaran Kuesioner .....	88
Gambar 4.9 Hasil <i>Bootstrapping</i> .....	114

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	13
Tabel 2.2 Variabel Signifikan Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3.1 Definisi Operasional .....	45
Tabel 3.2 Detail Penyusunan Kuesioner .....	58
Tabel 3.3 Instrumen Pernyataan.....	59
Tabel 3.4 Skala Pengukuran.....	63
Tabel 3.5 Uji Validitas Variabel <i>Performance Expectancy</i> .....	65
Tabel 3.6 Uji Validitas Variabel <i>Effort Expectancy</i> .....	65
Tabel 3.7 Uji Validitas Variabel <i>Social Influence</i> .....	66
Tabel 3.8 Uji Validitas Variabel <i>Facilitating Conditions</i> .....	66
Tabel 3.9 Uji Validitas Variabel <i>Hedonic Motivation</i> .....	66
Tabel 3.10 Uji Validitas Variabel <i>Habit</i> .....	67
Tabel 3.11 Uji Validitas Variabel <i>Perceived Trust</i> .....	67
Tabel 3.12 Uji Validitas Variabel <i>Behavioral Intention</i> .....	68
Tabel 3.13 Uji Validitas Variabel <i>Actual Behavior</i> .....	68
Tabel 3.14 Uji Reliabilitas Pra Kuesioner.....	69
Tabel 3.15 Kriteria Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	72
Tabel 3.16 Kriteria Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	73
Tabel 4.1 Hasil Pengecekan Kesesuaian Sampel.....	78
Tabel 4.2 Hasil Proses <i>Data Cleaning</i> .....	80
Tabel 4.3 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Performance Expectancy</i> .....	89
Tabel 4.4 Statistik Variabel <i>Performance Expectancy</i> .....	90
Tabel 4.5 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Effort Expectancy</i> .....	91
Tabel 4.6 Statistik Variabel <i>Effort Expectancy</i> .....	92
Tabel 4.7 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Social Influence</i> .....	93
Tabel 4.8 Statistik Variabel <i>Social Influence</i> .....	93
Tabel 4.9 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Facilitating Conditions</i> .....	94
Tabel 4.10 Statistik Variabel <i>Facilitating Conditions</i> .....	95
Tabel 4.11 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Hedonic Motivation</i> .....	96
Tabel 4.12 Statistik Variabel <i>Hedonic Motivation</i> .....	96
Tabel 4.13 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Habit</i> .....	97

Tabel 4.14 Statistik Variabel <i>Habit</i> .....	98
Tabel 4.15 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Perceived Trust</i> .....	99
Tabel 4.16 Statistik Variabel <i>Perceived Trust</i> .....	100
Tabel 4.17 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Behavioral Intention</i> .....	100
Tabel 4.18 Statistik Variabel <i>Behavioral Intention</i> .....	101
Tabel 4.19 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Actual Behavior</i> .....	102
Tabel 4.20 Statistik Variabel <i>Actual Behavior</i> .....	103
Tabel 4.21 Nilai <i>Outer Loadings</i> .....	104
Tabel 4.22 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	105
Tabel 4.23 <i>Fornell Larcker Criterion</i> .....	106
Tabel 4.24 <i>Cross Loading</i> .....	106
Tabel 4.25 Nilai <i>Cronbach's alpha</i> dan <i>Composite reliability</i> .....	108
Tabel 4.26 Uji Multikolinearitas (VIF) .....	109
Tabel 4.27 <i>R-Square</i> .....	110
Tabel 4.28 <i>F-Square</i> .....	111
Tabel 4.29 <i>Q-Square</i> .....	113
Tabel 4.30 Hasil Pengujian Hipotesis.....	114
Tabel 4.31 Hasil Pengujian <i>Multi Group Analysis</i> .....	119

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1</b> Surat Keterangan Izin Penelitian .....	169
<b>Lampiran 2</b> Pengiriman Perizinan Pada Perusahaan.....	169
<b>Lampiran 3</b> Susunan Formulir Kuesioner pada Google Form .....	170
<b>Lampiran 4</b> Hasil Pengujian Pra Kuesioner .....	184
<b>Lampiran 5</b> Media Penyebaran Kuesioner .....	186
<b>Lampiran 6</b> <i>Data Cleaning</i> .....	190
<b>Lampiran 7</b> <i>Outer Loadings</i> .....	191
<b>Lampiran 8</b> <i>Construct Reliability dan Validity</i> .....	191
<b>Lampiran 9</b> <i>Fornell-Larcker Criterion</i> .....	192
<b>Lampiran 10</b> <i>Cross Loading</i> .....	192
<b>Lampiran 11</b> <i>Variance Inflation Factor (VIF)</i> .....	193
<b>Lampiran 12</b> <i>R-Square</i> .....	193
<b>Lampiran 13</b> <i>F-Square</i> .....	193
<b>Lampiran 14</b> <i>Q-Square</i> .....	194
<b>Lampiran 15</b> Hasil <i>Bootstrapping</i> .....	194
<b>Lampiran 16</b> <i>Path Coefficients</i> Pengujian <i>Bootstrapping</i> .....	194
<b>Lampiran 17</b> <i>Path Coefficients</i> Pengujian MGA Generasi Z.....	195
<b>Lampiran 18</b> <i>Path Coefficients</i> Pengujian MGA Generasi Milenial.....	195
<b>Lampiran 19</b> <i>Path Coefficients</i> Pengujian <i>Bootstrapping</i> MGA .....	195