

Analisis Faktor-Faktor Penerimaan Layanan *Streaming* Musik di Indonesia (Studi Kasus Joox)

Doddy Ridwandono, Pradita Yunifa Bestari, Tri Lathif Mardi S, Arista Pratama

Jurusan Sistem Informasi, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jatim

Korespondensi : doddyv@gmail.com

ABSTRAK

JOOX adalah aplikasi yang menyediakan layanan *streaming* musik. Di Indonesia, Joox berada pada posisi pertama di Google Play dan Apple Store untuk kategori *music* dan *audio*. Didasarkan atas hal tersebut penting untuk diketahui faktor-faktor yang mendukung penerimaan dari layanan Joox. Untuk mengungkap hal tersebut, *Technology Acceptance Model* (TAM) digunakan dalam penelitian ini. Data diperoleh dari 400 pengguna layanan Joox yang mengisi kuisioner secara online. Data yang didapat kemudian diolah dan dianalisis dengan menggunakan software WarpPLS 6.0. Hasil dari penelitian mengungkap bahwa: 1). *Perceived of usefulness* menjadi faktor yang mempengaruhi *perceived satisfaction*, 2). *perceived ease of use* menjadi faktor yang mempengaruhi *perceived satisfaction*, 3). *perceived satisfaction* menjadi faktor yang mempengaruhi *perceived enjoyment*, 4). *perceived ease of use* menjadi faktor yang mempengaruhi *perceived of usefulness*, 5). *perceived ease of use* menjadi faktor yang mempengaruhi *perceived enjoyment*, 6). *perceived usefulness*, *perceived ease of*, *perceived enjoyment* menjadi faktor yang mempengaruhi *behavioral intention*. Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, penelitian ini berkontribusi dalam mengungkap faktor-faktor yang berpengaruh dalam penerimaan teknologi, khususnya dalam ruang lingkup layanan *streaming* musik. Diskusi serta saran untuk penelitian lebih lanjut dibahas pada bagian akhir.

Kata kunci: Layanan Streaming Musik, Technology Acceptance Model, Faktor Penerimaan

ABSTRACT

JOOX is an application that provides music streaming services. In Indonesia, Joox is ranked first on Google Play and Apple Store in the music and audio category. Based on these facts, it is important to reveal the factors that support the acceptance of Joox services. To to achieve the goal, Technology Acceptance Model (TAM) was used in this study. The Data was processed and analyzed using WarpPLS 6.0 software which were obtained from 400 Joox services users who filled out the online questionnaire.

The results of the study revealed that: 1). Perceived of usefulness affects perceived satisfaction, 2). perceived ease of use affects perceived satisfaction, 3). perceived satisfaction affects perceived enjoyment, 4). perceived ease of use affects perceived of usefulness, 5). perceived ease of use affects perceived enjoyment, 6). perceived usefulness, perceived ease of, perceived enjoyment affect behavioral intention. Based on the results obtained, this study contributes to uncover the factors that influence technology acceptance, particularly in streaming music services. Discussions and suggestions for further research are discussed at the end of this paper.

Keyword : Music Streaming Services, Technology Acceptance Model, Acceptance Factor

1. PENDAHULUAN

Masyarakat di Indonesia menggunakan Internet untuk mengakses media sosial sebesar dengan prosentase sebesar 29.5%, untuk mendapatkan informasi dengan prosentase 24.6% dan 16.8% mengakses hiburan [1]. Yang mana dalam hal ini, layanan *streaming* musik adalah salah satu bentuk dari konten hiburan. Menurut Daily Social id, Dari 1955 responden, sebanyak 85% mendengarkan *streaming* musik secara reguler dalam enam bulan terakhir. Dan dari jumlah tersebut, 51,05% menghabiskan waktu antara 1 hingga 14 jam *streaming* musik per minggu. Sampai dengan saat ini telah tersedia beberapa aplikasi layanan *streaming* musik, misalnya Langitmusik, MelOn yang dikembangkan di Indonesia dan layanan yang merupakan produk dari luar negeri seperti Spotify, Guvera, Deezer, Soundcloud dan Joox [2].

JOOX merupakan salah satu layanan *streaming* musik berlisensi yang telah memasuki pasar Indonesia [3]. Berdasarkan similarweb di Google Play Store dan Apple Store berada di peringkat 1 dalam kategori *music* dan *audio* yang paling banyak diakses di Indonesia pada tahun 2018 [4]. Berdasarkan hal tersebut perlu dilakukan penelitian terkait faktor-faktor niat penerimaan pengguna yang menyebabkan layanan *streaming* musik diminati dengan mengambil studi kasus pada salah satu layanan *streaming* musik paling

populer di Indonesia, yaitu JOOX dengan menggunakan model Technology Acceptance Model (TAM) yang sudah dimodifikasi dari hasil penelitian [5].

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Technology Acceptance Model

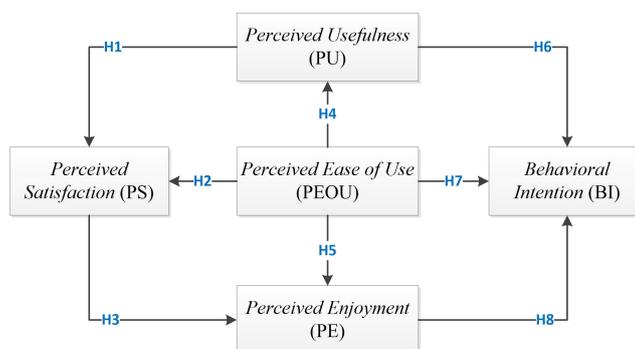
Technology Acceptance Model (TAM), atau disebut juga dengan model penerimaan teknologi berasal dari sebuah teori induk di bidang kajian keyakinan, sikap dan perilaku (*belief, attitude and behavior*) yang diformulasikan oleh [6] dengan nama *Theory of Reasoned Action* (TRA) atau teori tindakan beralasan. TAM adalah salah satu model yang paling banyak digunakan dalam mempelajari penerimaan teknologi baru [5].

[7], mengasumsikan bahwa penerimaan sistem informasi individu ditentukan oleh dua variabel utama *Perceived Usefulness* (PU) *Perceived Ease of Use* (PEOU) [8]. Dalam rangka untuk mengukur dua faktor ini Davis menciptakan model yang dapat disesuaikan untuk mengukur penerimaan pengguna sistem informasi. Pada tahun 1992 Davis menambahkan faktor ketiga, *perceived enjoyment*. *Perceived enjoyment* didefinisikan sebagai "sejauh mana aktivitas menggunakan komputer dianggap menyenangkan dalam dirinya sendiri, terlepas dari konsekuensi kinerja yang dapat diantisipasi" [9]. Awalnya, TAM dirancang untuk mengukur penerimaan pengguna untuk jenis sistem informasi utilitarian. Untuk sistem informasi utilitarian PU dan PEOU dan prediktor yang lebih kuat, sedangkan menurut Debajyoti Pal dan Tuul Triyason untuk skenario hedonis PEOU dan PE lebih relevan [5]. Karena alasan inilah TAM yang telah dimodifikasi oleh Debajyoti Pal dan Tuul Triyason digunakan dalam penelitian ini.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Model Konseptual dan Hipotesis

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor penerimaan pengguna terhadap layanan *streaming* musik JOOX di Indonesia. Metode penelitian yang akan digunakan adalah metode kuantitatif. Gambar 1 merupakan gambar model konseptual yang didasarkan dari model *Technology Acceptance Model* yang dimodifikasi Debajyoti Pal dan Tuul Triyason (2017). Model tersebut merupakan model *technology acceptance model* yang memiliki yaitu 4 variabel bebas (*independent variable*) adalah *perceived usefulness* (PU), *perceived satisfaction* (PS), *perceived enjoyment* (PE), *perceived ease of use* (PEOU) dan 1 variabel terikat (*dependent variable*) adalah *behavioral intention* (BI). Bagian selanjutnya akan menjelaskan masing-masing variabel tersebut.



Gambar 1 Model Konseptual.

3.1.1. Perceived Usefulness

Peneliti berpendapat bahwa jika layanan *streaming* musik dirasa berguna, maka hal tersebut akan meningkatkan tingkat kepuasan secara keseluruhan [5]. *Perceived Usefulness* secara konsisten merupakan faktor yang menentukan keinginan pengguna untuk menggunakan sistem [10]. Niat perilaku (*behavioural intention*) adalah pertimbangan/ tingkat kekuatan dari minat pengguna dalam sebuah perilaku. Pada penelitian ini, niat perilaku digunakan untuk mengukur tingkat kekuatan dari minat pengguna untuk menggunakan layanan *streaming* musik [11]. Dengan kata lain *Perceived usefulness* memiliki efek pada niat perilaku [12] dan *Perceived usefulness* membentuk dalam *Behavioral Intentions* [13]. Dengan demikian penelitian ini memiliki hipotesis:

H1. *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap *Perceived Satisfaction* pada layanan *streaming* musik JOOX.

H6. *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* untuk menggunakan layanan *streaming* musik JOOX.

3.1.2. Perceived Ease of Use

Secara keseluruhan jika layanan *streaming* mudah digunakan, pada akhirnya akan menuntun pada rasa puas yang lebih besar. Jika pengguna merasa sangat mudah dalam menggunakan layanan *streaming* musik, atau dengan kata lain tidak diperlukan keahlian khusus untuk menggunakan layanan, maka pengguna akan menikmati layanan tersebut. Dengan demikian, kemudahan dalam penggunaan berkorelasi positif dengan kenikmatan yang dirasakan [5]. TAM berpendapat bahwa *Perceived Ease of Use* (PEOU), merupakan relevansi utama dari *Behavioral Intention*. *Perceived Ease of Use* merupakan determinan lebih kuat terhadap keinginan seorang pengguna untuk menggunakan SI hedonis seperti *streaming* musik [12]. Jika pengguna merasa mudah dalam menggunakan layanan *streaming* musik maka keinginan untuk menggunakan semakin tinggi sehingga mempengaruhi niat perilaku. Oleh karena itu dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2. *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Perceived Satisfaction* pada layanan *streaming* musik JOOX.

H4. *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness* dari layanan *streaming* musik pada layanan *streaming* musik JOOX.

H5. *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Perceived Enjoyment* dari sebuah musik layanan *streaming* pada layanan *streaming* musik JOOX.

H7. *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* untuk menggunakan layanan *streaming* musik JOOX.

3.1.3. Perceived Satisfaction

Perceived satisfaction merupakan kesenangan atau kepuasan yang berasal dari penggunaan teknologi. Layanan *streaming* musik dianggap sebagai layanan hedonis, karena tujuan utamanya adalah memberikan kesenangan kepada pengguna [11]. Oleh karena itu dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3. *Perceived Satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Perceived Enjoyment* pada layanan *streaming* musik JOOX.

3.1.4. Perceived Enjoyment

Jika pengguna senang dan menikmati menggunakan layanan *streaming* musik, maka peluang untuk mengadopsi layanan akan semakin tinggi. Oleh karena itu, tingkat kenikmatan yang dirasakan akan menjadi lebih besar yang pada akhirnya mengarah pada tingkat niat perilaku yang lebih tinggi [5]. Dengan demikian penelitian ini memiliki hipotesis:

H8 : *Perceived Enjoyment* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* untuk menggunakan layanan *streaming* musik JOOX.

Skala pengukuran yang akan digunakan untuk mengukur variabel *perceived usefulness* (PU), *perceived ease of use* (PEOU), *perceived enjoyment* (PE), *perceived satisfaction* (PS) dan *behavioral intention* (BI) adalah skala likert (1-5). Dalam menentukan jumlah sampel, penelitian ini menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kebenaran yang digunakan adalah 95% dan (tingkat kesalahan) error sebesar 5%. Jumlah sample yang diperoleh adalah sejumlah 400 responden berdasarkan prosentase pengguna internet menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia [14]. Dengan sebaran wilayah di Indonesia yang terdiri dari Jawa, Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, Bali dan Nusa, Papua dan Maluku [14]. Kuesioner disebar secara *online* dengan Google Form. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian adalah *probability sampling* dengan teknik sampel *cluster sampling*.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis Deskriptif

Penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebar secara *online* dengan Google Form. Responden tersebar di wilayah Indonesia, dengan rincian: 232 responden berasal dari Jawa, 76 responden dari Sumatera, 27 responden dari Sulawesi, 32 responden dari Kalimantan, 23 responden dari Bali dan Nusa, 10 responden dari Maluku dan Papua yang dapat dilihat karakteristiknya pada Tabel 1.

Tabel 1 Identitas Responden

Variabel	Kategori	Jumlah	Persen (%)
Usia	18 – 24 Tahun	376	94.0 %
	25 – 34 Tahun	21	5.3 %
	35 – 44 Tahun	3	0.8 %
		400	100 %
Jenis Kelamin	Laki – Laki	116	29.0 %
	Perempuan	284	71.0 %
		400	100 %
Tingkat Pendidikan	Perguruan Tinggi	170	42.5 %
	SMA/Sederajat	227	56.8 %
	SMP/Sederajat	3	0.8 %
		400	100 %
Pengalaman Menggunakan JOOX	3 – 6 Bulan	72	18.0 %
	6 – 12 Bulan	62	15.5 %
	Kurang dari 3 Bulan	94	23.5 %
	Lebih dari 12 Bulan	172	43.0 %
		400	100 %
Domisili	Bali dan Nusa	23	5.8 %
	Jawa	232	58 %
	Kalimantan	32	8.0 %
	Maluku dan Papua	10	2.5 %
	Sulawesi	27	6.8 %
	Sumatera	36	19.0 %
		400	100 %

Sumber: Hasil Olah SPSS, 2019

Data yang didapat lalu diolah dengan alat bantu pengolahan data, yaitu IBM SPSS Statistics 17 yang merupakan software statistik dan menggunakan WarpPLS 6.0 yang merupakan software pengolahan data dengan metode SEM.

4.2. Analisis Inferensial

Evaluasi model dilakukan dengan mengevaluasi model pengukuran (*measurement model*) atau sering disebut *outer model* dan model struktural (*structural model*) atau sering disebut *inner model* [8]. Evaluasi model pengukuran (*outer model*) dilakukan dengan melihat reliabilitas, validitas konvergen, dan validitas diskriminan. Reliabilitas dinilai dengan melihat *composite reliability*, nilai *composite reliability* harus lebih besar dari 0.70 agar bisa diterima. Reliabilitas penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 2 *Convergent validity* untuk konstruk reflektif yaitu nilai loading harus di atas 0,70 dan nilai P signifikan ($<0,05$), akan tetapi untuk indikator dengan loading antara 0,40 dan 0,70 indikator tersebut dapat dihapus jika meningkatkan nilai *average variance extracted* (AVE) dan *composite reliability* di atas batasannya. Nilai batasan AVE adalah 0,50 dan *composite reliability* sebesar 0,70 [15]. Oleh karena itu ada penghilangan indikator yaitu pada variabel *perceived usefulness* untuk PU4 dan *perceived ease of use* PEOU4. Hasil analisa dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2 Reliabilitas dan Validitas Konvergen

Variabel	Item	Loading Factor	P-Value	Composite Reliability	AVE
<i>Perceived Usefulness</i>	PU1	(0.812)	<0.001	0.835	0.561
	PU2	(0.817)	<0.001		
	PU3	(0.746)	<0.001		
	PU5	(0.602)	<0.001		
<i>Perceived Ease of Use</i>	PEOU1	(0.737)	<0.001	0.820	0.604
	PEOU2	(0.815)	<0.001		
	PEOU3	(0.778)	<0.001		
<i>Perceived Enjoyment</i>	PE1	(0.770)	<0.001	0.838	0.643
	PE2	(0.875)	<0.001		
	PE3	(0.737)	<0.001		
<i>Perceived Satisfaction</i>	PS1	(0.848)	<0.001	0.893	0.676
	PS2	(0.824)	<0.001		
	PS3	(0.760)	<0.001		
	PS4	(0.853)	<0.001		
<i>Behavioral Intention</i>	BI1	(0.820)	<0.001	0.805	0.673
	BI2	(0.820)	<0.001		

Sumber: Hasil Olah WarpPLS, 2019

Untuk menilai *discriminant validity* nilai dari akar kuadrat AVE harus lebih tinggi dari korelasi antar variable pada kolom yang sama dan *loading* indikator ke konstruk yang diukur harus lebih besar daripada ke loading ke konstruk lain [15]. Hasil analisa dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Validitas Diskriminan

Variabel	PU	PEOU	PE	PS	BI
<i>Perceived Usefulness</i>	(0.749)	0.532	0.595	0.521	0.400
<i>Perceived Ease of Use</i>	0.532	(0.777)	0.598	0.503	0.337
<i>Perceived Enjoyment</i>	0.595	0.598	(0.796)	0.703	0.393
<i>Satisfaction</i>	0.521	0.503	0.703	(0.822)	0.320
<i>Behavioral Intention</i>	0.400	0.337	0.393	0.320	(0.820)

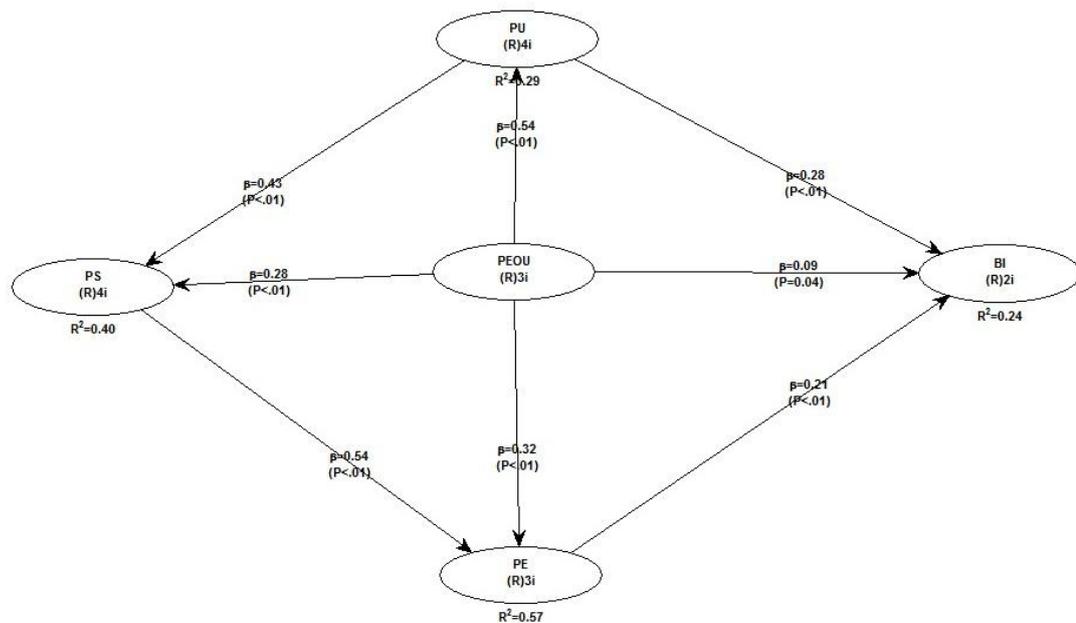
Sumber: Hasil Olah WarpPLS, 2019

Setelah dilakukan evaluasi model pengukuran (*outer model*), kemudian dilakukan evaluasi model struktural (*inner model*) untuk menguji hubungan antar konstruk laten. Tabel 4 menampilkan hasil dari *R-squared* menunjukkan berapa persentase variansi konstruk endogen/kriterion dapat dijelaskan oleh konstruk yang dihipotesiskan memengaruhinya (eksogen/prediktor) . *Q-Square* digunakan untuk penilaian validitas *predictor* pada variabel prediktif atau relevansi dari sekumpulan variabel laten prediktor pada variabel kriterion. Model dengan validitas prediktif harus mempunyai nilai *q-square* lebih besar dari nol [15]. *P Values* yang menunjukkan signifikan atau tidaknya suatu hubungan variabel dan *Path Coefficient* atau nilai koefisien jalur dilambangkan dengan simbol β yang menunjukkan tingkat signifikansi (atau besarnya hubungan/pengaruh konstruk laten) dalam pengujian hipotesis [16].

Tabel 4 Nilai *R-Square* dan *Q-Square*

Variabel	<i>R-squared</i>	<i>Q-Square</i>	Variabel
PU	0.287	0.291	PEOU
PEOU	-	-	PEOU
PE	0.572	0.573	PS
PS	0.397	0.398	PEOU
BI	0.239	0.241	PU
			PEOU
			PU
			PS

Sumber: Hasil Olah WarpPLS, 2019



Gambar 2. Hasil Uji Hipotesis Model Penelitian

Tabel 5 Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Hubungan Variabel	Path Coefficient (β)	P-Value	Keterangan
PU → PS	0.426	P < 0.001	Signifikan
PEOU → PS	0.282	P < 0.001	Signifikan
PS → PE	0.540	P < 0.001	Signifikan
PEOU → PU	0.536	P < 0.001	Signifikan
PEOU → PE	0.316	P < 0.001	Signifikan
PU → BI	0.279	P < 0.001	Signifikan
PEOU → BI	0.089	P < 0.036	Signifikan
PE → BI	0.124	P < 0.001	Signifikan

Sumber: Hasil Olah WarpPLS, 2019

Tabel 5 merupakan hasil uji hipotesis dan sekaligus merupakan jawaban dari tujuan penelitian ini. Penjelasan dari tabel 5 akan dipaparkan pada bagian selanjutnya.

4.3. Uji Hipotesis

4.3.1. Perceived Usefulness terhadap Perceived Satisfaction pada layanan streaming musik JOOX (H1)

Berdasarkan pengujian hipotesis, *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived satisfaction* pada layanan *streamming* musik JOOX. Hasil ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Debajyoti Pal dan Tuul Triyason (2017) yang menunjukkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh negatif terhadap *perceived satisfaction* pada layanan streaming musik. Jika pengguna layanan *streaming* merasa sebuah layanan berguna/bermanfaat (*perceived usefulness*), hal tersebut akan meningkatkan tingkat kepuasan (*perceived satisfaction*) pengguna [5]. Kesimpulannya, tingkat kegunaan yang dirasakan (*perceived usefulness*) merupakan faktor yang membuat pengguna merasa puas (*perceived satisfaction*) pada layanan *streaming* musik JOOX.

4.3.2. Perceived Ease of Use terhadap Perceived Satisfaction pada layanan streaming musik JOOX (H2)

Berdasarkan pengujian hipotesis, menunjukkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived satisfaction* pada layanan *streamming* musik JOOX. Hasil ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Debajyoti Pal dan Tuul Triyason (2017) yang menunjukkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh negatif terhadap *perceived satisfaction* pada layanan *streaming* musik. Kesimpulannya, kemudahan penggunaan yang dirasakan (*perceived ease of use*) terhadap layanan merupakan faktor yang membuat pengguna merasa puas (*perceived satisfaction*). Secara keseluruhan jika layanan *streaming* mudah digunakan pada akhirnya akan mengarah pada rasa kepuasan yang lebih besar di antara para pengguna [5].

4.3.3. Perceived Satisfaction terhadap Perceived Enjoyment pada layanan streaming musik JOOX (H3)

Berdasarkan pengujian hipotesis, *perceived satisfaction* berpengaruh positif terhadap *perceived enjoyment* pada layanan *streaming* musik JOOX. Hasil ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Debajyoti Pal dan Tuul Triyason (2017) yang menunjukkan bahwa *perceived satisfaction* berpengaruh negatif terhadap *perceived enjoyment* pada layanan *streaming* musik. Kesimpulannya, kepuasan yang dirasakan (*perceived satisfaction*) pengguna terhadap layanan merupakan faktor yang membuat pengguna merasakan kenikmatan (*enjoyment*) saat menggunakan layanan (*perceived enjoyment*) pada layanan *streaming* musik JOOX. Artinya jika pengguna merasa puas terhadap layanan maka pengguna akan merasa nikmat saat menggunakan layanan *streamming* musik JOOX. Dengan kata lain jika pengguna merasa puas menggunakan layanan *streaming*, maka akhirnya pengguna akan menikmati menggunakan layanan tersebut.

4.3.4. Perceived Ease of Use terhadap Perceived Usefulness pada layanan streaming musik JOOX (H4)

Berdasarkan pengujian hipotesis, *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *perceived usefulness* pada layanan *streaming* musik JOOX. Hasil ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Debajyoti Pal dan Tuul Triyason (2017) yang menunjukkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *perceived usefulness* pada layanan *streaming* musik. Kesimpulannya, kemudahan penggunaan yang dirasakan (*perceived ease of use*) merupakan faktor yang membuat pengguna merasa bahwa layanan memiliki nilai guna (*perceived usefulness*) pada layanan *streamming* musik JOOX.

4.3.5. Perceived Ease of Use terhadap Perceived Enjoyment pada layanan streaming musik JOOX (H5)

Berdasarkan pengujian hipotesis, *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *perceived enjoyment* pada layanan *streamming* musik JOOX. Hasil ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Debajyoti Pal dan Tuul Triyason (2017) yang menunjukkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh negatif terhadap *perceived enjoyment* pada layanan *streaming* musik. Kesimpulannya, kemudahan penggunaan yang dirasakan (*perceived ease of use*) pengguna terhadap layanan merupakan faktor yang membuat pengguna merasa nikmat (*perceived enjoyment*) pada layanan *streamming* musik JOOX.

4.3.6. Perceived Usefulness terhadap Behavioral Intention pada layanan streaming musik JOOX (H6)

Berdasarkan pengujian hipotesis, *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* pada layanan *streaming* musik JOOX. Hasil ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh

Debajyoti Pal dan Tuul Triyason (2017) yang menunjukkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh negatif terhadap *behavioral intention* pada layanan *streaming* musik di Thailand. Namun disini lain hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Christiaan Katsma dan Ton A.M. Spil (2010) [12] yang menunjukkan *perceived usefulness* memiliki pengaruh positif pada *behavioral intention*. Kesimpulannya, kegunaan yang dirasakan (*perceived usefulness*) terhadap layanan merupakan faktor yang membuat pengguna berniat menggunakan (*behavioral intention*) layanan *streaming* musik JOOX.

4.3.7. Perceived Ease of Use terhadap Behavioral Intention pada layanan streaming musik JOOX (H7)

Berdasarkan pengujian hipotesis, *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* pada layanan *streaming* musik JOOX. Hasil ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Debajyoti Pal dan Tuul Triyason (2017) yang menunjukkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh negatif terhadap *behavioral intention* pada layanan *streaming* musik. Pada penelitian yang dilakukan oleh [9] Keppels (2016) dengan studi kasus Apple Music juga menunjukkan, *perceived ease of use* tidak signifikan terhadap *intention to use* untuk menggunakan Apple Music. Dalam penelitian yang dilakukan Christiaan Katsma dan Ton A.M. Spil (2010) menunjukkan bahwa, *perceived ease of use* tidak signifikan dan tidak mempengaruhi niat menggunakan. Kesimpulannya, kemudahan penggunaan yang dirasakan (*perceived ease of use*) pengguna terhadap layanan merupakan faktor yang membuat pengguna berniat menggunakan (*behavioral intention*) layanan *streaming* musik JOOX.

4.3.8. Perceived Enjoyment terhadap Behavioral Intention pada layanan streaming musik JOOX (H8)

Berdasarkan pengujian hipotesis, *perceived enjoyment* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* pada layanan *streaming* musik JOOX. Hasil ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Debajyoti Pal dan Tuul Triyason (2017) yang menunjukkan bahwa *perceived enjoyment* berpengaruh negatif terhadap *behavioral intention* pada layanan *streaming* musik. Tapi hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Christiaan Katsma dan Ton A.M. Spil (2010) yang menunjukkan *perceived enjoyment* memiliki pengaruh positif yang sama pada *behavioral intention*. Jika pengguna senang dan menikmati (*perceived enjoyment*) layanan *streaming* musik, maka kemungkinan untuk mengadopsi layanan akan menjadi tinggi. Oleh karena itu, tingkat kenikmatan (*perceived enjoyment*) yang lebih besar pada akhirnya mengarah ke tingkat niat perilaku yang lebih tinggi (*behavioral intention*) [5], [12].

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa *Perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived enjoyment* menjadi faktor yang mempengaruhi *behavioral intention* untuk menggunakan layanan *streaming* musik JOOX. Selain itu, dari hasil olah data serta analisa mendukung seluruh hipotesa yang dibuat.

Penelitian ini dapat menjadi dasar dan acuan awal bagi penelitian selanjutnya dengan menambah variabel baru agar memperkaya model penelitian dan menambah variabel moderasi sehingga hasil penelitian semakin luas. Selain itu adanya perbedaan hasil penelitian ini dengan dengan hasil penelitian lain membuka peluang agar faktor-faktor penerimaan aplikasi terus diungkap. Hal ini agar pemahaman akan faktor penerimaan aplikasi baik dalam ranah layanan *streaming* musik ataupun dalam konteks yang lebih luas akan semakin meningkat dan menyeluruh.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] N.d. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/05/22/pertumbuhan-pengguna-internet-indonesia-nomor-1-di-dunia> (accessed October 29, 2019).
- [2] N.d. <https://dailysocial.id/post/laporan-dailysocial-survei-layanan-streaming-musik-2018> (accessed October 29, 2019).
- [3] Leonardo A 2016 *Ultim Manag* 8:32–53.
- [4] N.d. <https://www.similarweb.com/apps/top/google/store-rank/id/music-and-audio/top-free> (accessed October 29, 2019).
- [5] Pal D, Triyason T 2018 *KnE Soc Sci* 3:1.
- [6] A. Fishbein M, Ajzen I 1975 *Belief, attitude, intention and behaviour: An introduction to theory and research*. vol. 27.
- [7] Davis FD 1989 *MIS Q* 13:319–40.
- [8] Lee Y, Kozar KA, Larsen K 2003 *Technology* 12.
- [9] Keppels J 2016 *24th Twente Student Conf IT*:1–7.
- [10] Santoso B 2004 *Stud J Indones Akunt*:1–15.
- [11] Indrawati I, Utama KP 2018 *6th Int Conf Inf Commun Technol ICoICT 2018* 5:98–102.
- [12] Katsma C 2010 *The adoption of personalized music services - Combining qualitative and quantitative research -*, p. 556.
- [13] Abad-Galzacorta M, Diaz I, Vigo M 2010 *Acceptance of Mobile Technology in Hedonic Scenarios*, p. 250–8.
- [14] Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet n.d.
- [15] Mahfud Sholihin PDDDDR 2014 *Analisis SEM-PLS Dengan WarpPLS 3.0 Untuk Hubungan Nonlinier Dalam*

- Penelitian Sosial Dan Bisnis. Yogyakarta: Andi; .
- [16] W Abdillah JH 2015 Partial Least Square (PLS): alternatif structural equation modeling (SEM) dalam penelitian bisnis. Yogyakarta: Penerbit Andi; .