

**ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED ENJOYMENT*,
PERCEIVED PLAYFULNES, *PERCEIVED LONELINESS* AND
ATTITUDE TERHADAP *INTENTION TO USE*
APLIKASI TINDER DI INDONESIA**

RINGKASAN SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana



Disusun oleh:

Indah Ayu Puspita Br Nababan

2117 29977

**PROGRAM STUDI MANAGEMENT
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA**

2021

SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED ENJOYMENT*, *PERCEIVED PLAYFULNES*, *PERCEIVED LONELINESS* AND *ATTITUDE* TERHADAP *INTERTION TO USE* APLIKASI TINDER DI INDONESIA

Dipersiapkan dan disusun oleh:

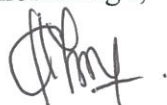
INDAH AYU PUSPITA BR NABABAN

No. Mhs.: 211729977

telah dipresentasikan di depan Tim Dosen pada hari Kamis 23 September 2021 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen.

SUSUNAN TIM DOSEN:

Pembimbing I,



Nuning Kristiani, SE., MM.

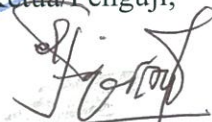
Pembimbing II,



Daniel Joel Immanuel Kairupan, S.AB., MBA.



Ketua/Penguji,



Siti Al Fajar, Dra., M.Si.

Yogyakarta, 23 September 2021
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN
Ketua,




Dr. Wisnu Prajogo, MBA.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRAK

Tinder adalah *social media* yang dikhususkan untuk orang-orang yang ingin mencari kekasih atau kenalan baru dengan cara yang mudah. Jika dahulu ingin mencari kenalan baru dengan cara memperbanyak aktivitas diluar rumah seperti menikmati suasana kafe, jalan-jalan ke mall dan sebagainya. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *perceived enjoyment*, *perceived playfulness*, *perceived loneliness*, dan *attitude* berpengaruh positif terhadap *Intention to Use* aplikasi tinder di Indonesia.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan olah data software SPSS.22. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, uji t, uji F dan uji determinasi. Hasil dalam penelitian ini adalah *Perceived Enjoyment* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap *intention to use*, *Perceived Playfulness* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap *intention to use*, *Perceived Loneliness* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap *intention to use*, dan *Attitude* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap *intention to use*.

Kata Kunci: *Perceived Enjoyment*, *Perceived Playfulness*, *Perceived Loneliness*, *Attitude* dan *Intention to Use*

ABSTRACT

Tinder is a social media that is devoted to people who want to find new lovers or acquaintances in an easy way. If in the past you wanted to find new acquaintances by increasing activities outside the home such as enjoying the atmosphere of a cafe, going to the mall and so on. The purpose of this study was to determine whether perceived enjoyment, perceived playfulness, perceived loneliness, and attitude had a positive effect on the Intention to Use Tinder application in Indonesia.

The method used in this study is a quantitative method using SPSS.22 data processing software. The analysis used is multiple linear regression analysis, t test, F test and determination test. The results in this study are Perceived Enjoyment has a significant influence on intention to use, Perceived Playfulness has a significant influence on intention to use, Perceived Loneliness has a significant influence on intention to use, and Attitude has a significant influence on intention to use.

Keywords: *Perceived Enjoyment*, *Perceived Playfulness*, *Perceived Loneliness*, *Attitude* and *Intention to Us*

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PENDAHULUAN

Media sosial ialah suatu **media** dimana digunakan sebagai berinteraksi secara online. Melalui media sosial orang-orang tidak perlu berinteraksi secara langsung, karena penggunaannya dapat berkomunikasi secara online dengan jarak yang dekat maupun jauh. Pengguna social media dapat melakukan berbagai macam komunikasi, antara lain: *panggilan suara*, *panggilan video*, dan *live streaming*. Media sosial yang banyak digunakan saat ini adalah *Instagram*, *Youtube*, *Whatsapp*, *Facebook*, *Tiktok*, *Tinder* dan lain lain. Melalui *social media*, penggunaannya dapat terhubung dengan pengguna lain di seluruh dunia.

Tinder adalah *social media* yang dikhususkan untuk orang-orang yang ingin mencari kekasih atau kenalan baru dengan cara yang mudah. Jika dahulu ingin mencari kenalan baru dengan cara memperbanyak aktivitas diluar rumah seperti menikmati suasana kafe, jalan-jalan ke mall dan sebagainya. Tapi kini *tinder* hadir dan menciptakan gaya baru dalam menemukan teman kencan, dengan aplikasi *tinder* penggunaannya bisa berkenalan dengan orang baru hanya melalui smartphone atau laptop mereka. *Tinder* dapat diakses melalui *smartphone* dan laptop dengan berbasis ios, android, dan website. (Mansyur U, 2018) Menurut Sumter (2017) *Tinder* pertama kali hadir di Indonesia tahun 2018 dan menjadi negara pertama di Asia Tenggara yang menjadi tujuan *tinder*. Alasan *tinder* memilih Indonesia sebagai negara pertama di Asia tenggara karena Lebih dari 50% populasi penduduk di Indonesia sudah memiliki koneksi internet. Ada banyak faktor-faktor yang mempengaruhi *intention to use* penggunaan aplikasi *tinder*, tetapi saya memilih empat faktor yaitu: *perceived enjoyment*, *perceived playfulness*, *perceived loneliness*, dan *attitude*.

Perceived enjoyment adalah suatu pandangan atau perasaan menyenangkan pada saat pengguna melakukan aktivitas di aplikasi *tinder*.

Perceived playfulness suatu pandangan atau keinginan seseorang untuk bersenang senang, obyek yang selalu dibayangkan itu menyenangkan. *Perceived playfulness* adalah persepsi atau perilaku seseorang yang cenderung termotivasi secara intrinsik dalam mengakses fasilitas yang ada di *tinder*, saat menggunakannya mereka merasakan kesenangan tersendiri (Shen,Chick dan Zinn, 2014).

Perceived loneliness adalah suatu keadaan dimana seseorang sedang emosional karena merasa terasingkan oleh lingkungan maupun individu lain, sehingga mereka menggunakan aplikasi *tinder* untuk menghilangkan rasa kesepiannya. (Bruno, 2002).

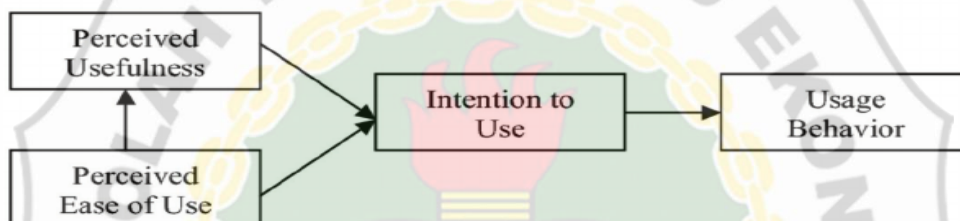
Attitude (sikap) ialah suatu perilaku atau kebiasaan manusia terhadap suatu obyek dalam merespon sesuatu, sebagian orang menilai orang lain melalui sikapnya. *Attitude* atau sikap ialah suatu kesadaran seseorang dalam melakukan suatu tindakan atau perilaku nyata maupun tindakan yang terjadi pada saat sedang menggunakan aplikasi *tinder* (Abu Ahmadi, 1998). Menurut Herdianti (2018) dalam penelitian (Dahniar, 2019) *attitude* ialah sesuatu yang dipikirkan atau yang dirasakan pada saat menggunakan aplikasi *tinder*.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Intention to use (niat untuk menggunakan) adalah besarnya suatu ukuran keinginan seseorang dalam menggunakan aplikasi. (Depdiknas, 2011) *intention to use* merupakan kegiatan yang dilakukan seseorang dalam durasi waktu yang panjang dalam mengakses aplikasi *tinder* (Omar dan Abdul, 2020)

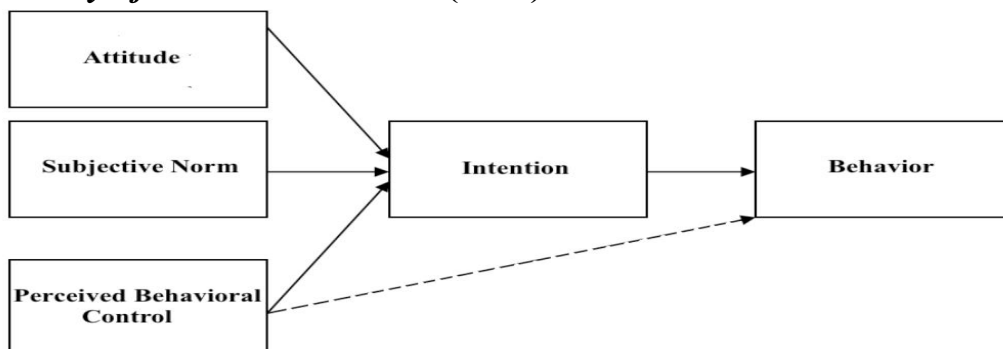
Berdasarkan latar belakang yang sudah saya jabarkan, saya tertarik untuk melakukan penelitian terhadap “Analisis Pengaruh *Perceived Enjoyment, Perceived Playfulness, Perceived Loneliness*, dan *Attitude* Terhadap *Intention to Use* Aplikasi *Tinder* di Indonesia”

TINJAUAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS *Technology Acceptance Model (TAM)*



Davis adalah orang yang pertama kali memperkenalkan *Technology Acceptance Model (TAM)* pada tahun 1986 dan TAM merupakan adopsi dari *Theory of Reasoned Action (TRA)* yang pada saat itu digunakan khusus untuk mengidentifikasi reaksi pengguna terhadap aplikasi. Kemudian TAM digunakan sebagai media pengukur pengaruh faktor eksternal terhadap kepercayaan, tingkah laku, dan tujuan menggunakan aplikasi. Menurut Jogiyanto (2007), *Technical Acceptance Model (TAM)* adalah suatu cara untuk menjelaskan bahwa niat berperilaku (*interest in behavior*) dan perilaku (*behavior*) adalah dua hal yang berbeda, dan niat berperilaku masih termasuk dalam kategori niat. Niat pakai adalah keinginan seseorang untuk melakukan sesuatu. Dan perilaku adalah perilaku atau tindakan yang sebenarnya. Oleh karena itu, jika seseorang berniat untuk menggunakannya, mereka dapat bertindak.

Theory of Planned Behavior (TPB)



Untuk mengukur *Intention to Use* peneliti bisa melakukan penilaian terhadap *attitude, subjective norm, dan perceived behavior control*. Dari banyak penelitian

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

menunjukkan hasil bahwa *intention*, *attitude*, *subjective norm*, dan *perceived behavior control* memiliki prediksi yang akurat dari perilaku seseorang. Menurut

Tinder

Tinder adalah salah satu dari sekian banyak media sosial yang ada, media sosial *tinder* memiliki inovasi yang berbeda dari yang lain. Pendiri *tinder* adalah Sean Rad, Justen Mateen dan Jonathan Badeen. Mereka merupakan mahasiswa di salah satu Universitas yang ada di Los Angeles, California, Amerika Serikat. Tahun 2012 mereka bertiga berhasil meluncurkan aplikasi kencan online yang diberi nama *tinder*

Perceived Enjoyment

Perceived enjoyment adalah salah satu variabel dari konsep *Technology Acceptance Model* (TAM) yang mengemukakan bahwa seseorang akan menggunakan aplikasi kencan online *tinder* apabila ia merasa nyaman berkencan melalui aplikasi. Adanya fitur verifikasi kesamaan antara foto profil dan wajah asli ini menghasilkan informasi yang akurat dan terpercaya sehingga meningkatkan kenyamanan dalam menggunakan aplikasi *tinder* (Kamisdan Frank, 2012)

Perceived Playfulness

Perceived playfulness merupakan persepsi kesenangan atau sikap intrinsik spontanitas seseorang dalam menggunakan aplikasi kencan online. Beragamnya pengguna aplikasi *tinder* mereka bebas memilih dan mencari kenalan baru sesuai dengan kriteria yang mereka inginkan. membuat para penggunanya merasa senang dan bergairah saat menggunakan aplikasi kencan online *tinder* (Irani dan Hanae, 2011).

Perceived Loneliness

perceived loneliness ialah kurangnya hubungan sosial yang memuaskan, kesepian yang dirasakan berdampak terhadap psikologis seseorang. Selain itu, kesepian berhubungan dengan kesadaran kognitif kurangnya hubungan sosial dan merasakan kesedihan, kekosongan, bahkan kerinduan.

Attitude

Attitude (sikap) ialah suatu perilaku atau kebiasaan seseorang terhadap suatu obyek dalam merespon sesuatu, sikap bisa mencerminkan kepribadian seseorang, sebagian orang menilai orang lain melalui sikapnya. Menurut Marsam (2016) dalam penelitian (Dahniar, 2019), *attitude* ialah sesuatu yang difikirkan atau yang dirasakan pada saat menggunakan aplikasi *tinder*.

Intention to Use

Intention adalah alat ukur kuantitatif untuk mengetahui frekuensi niat seseorang untuk menggunakan aplikasi *tinder*. menyatakan jika *Intention to Use* penggunaan aplikasi *tinder* mencakup frekuensi dan durasi.

- Frekuensi

Frekuensi merupakan gambaran untuk mengukur seberapa sering seseorang mengakses aplikasi *tinder* dengan tujuan tertentu

- Durasi

Durasi merupakan gambaran untuk mengukur seberapa lama seseorang mengakses aplikasi *tinder*

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh *Perceived Enjoyment* terhadap *Intention to Use*

Perceived enjoyment adalah pandangan sejauh mana klien merasa senang saat menggunakan *tinder*. Terlebih lagi, penggunaan *sistem* sangat penting untuk hasil presentasi yang dihasilkan dari penggunaan *sistem*. Jika pergi ke *tinder* itu menyenangkan, klien secara alami akan terinspirasi untuk menggunakannya (Davis, 1992).

Mengingat klarifikasi di atas, cenderung dianggap bahwa kesenangan yang tampak secara positif memengaruhi tujuan untuk menggunakan aplikasi *tinder*.

H1: *Perceived enjoyment* berpengaruh secara positif terhadap *Intention to Use*

Pengaruh *Perceived Playfulness* terhadap *Intention to Use*

Perceived playfulness Adalah inspirasi atau kegembiraan alami dalam diri seseorang, ada sikap tiba-tiba tertarik untuk menggunakan aplikasi kencan *tinder* tanpa intimidasi dari siapa pun jelas ini sangat mempengaruhi tujuan untuk menggunakan aplikasi *tinder* (Hackbarth, 2003)

H2: *Perceived Playfulness* berpengaruh positif terhadap *Intention to Use*

Pengaruh *Perceived Loneliness* terhadap *Intention of use*

Karena keadaan seseorang merasa terasingkan maka *perceived loneliness* diduga memiliki pengaruh positif terhadap *intention to use* aplikasi *tinder*

H3: *Perceived Loneliness* berpengaruh positif terhadap *Intention to Use*

Pengaruh *Attitude* terhadap *Intention to Use*

Attitude sikap ialah suatu kesadaran seseorang yang dalam melakukan suatu tindakan atau perilaku nyata maupun tindakan yang terjadi pada saat berlangsungnya kegiatan sosial.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa *attitude* diduga berpengaruh positif terhadap *intention to use* aplikasi *tinder*.

H4: *Attitude* berpengaruh positif terhadap *Intention to Use*

Kerangka Penelitian

Perceived enjoyment
(X1)

Perceived playfulness
(X2)

Perceived loneliness
(X3)

Attitude
(X4)

Intention to Use
(Y1)

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Tinjauan ini menggunakan metodologi kuantitatif. Metodologi kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan strategi penyelidikan faktual. Dalam eksplorasi kuantitatif, estimasi menggunakan berbagai informasi yang terorganisir (survey).

Lokasi Penelitian

Data dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden Yang menggunakan aplikasi *tinder* di Indonesia.

Waktu Penelitian

Pelaksanaan penelitian pada bulan Maret 2021 hingga bulan Agustus 2021

Populasi

Populasi dalam penelitian ini merupakan penduduk Indonesia yang pernah atau sedang menggunakan aplikasi *tinder*.

Sampel Penelitian

dari penelitian ini merupakan penduduk indonesia yang pernah atau sedang menggunakan aplikasi *tinder* yang berusia 18 tahun keatas.

Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner yang berbentuk *google forms*.

Berikut kriteria-kriteria responden dalam penelitian ini:

1. Pengguna *tinder* yang berada di Indonesia
2. Pengguna *tinder* yang berusia 18 tahun keatas

Variabel Penelitian

Variabel penelitian ialah sifat atau nilai dari sebuah artikel atau gerakan yang menunjukkan variasi tertentu yang tidak diatur untuk dieksplorasi dan diselesaikan (Sugiyono, 2011)

Variabel Dependen

Variabel terikat adalah variabel yang nilainya bergantung pada variabel lain, yang nilainya akan berubah jika variabel yang mempengaruhinya berubah. Dalam tinjauan ini variabel terikat bertujuan untuk memanfaatkan (Y1)

Variabel Independen

Variabel independen dalam penelitian ini: *perceived enjoyment (X1)*, *perceived playfulness (X2)*, *perceived loneliness (X3)* dan *attitude (X4)*

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Kerangka Operasional

Populasi :

Penduduk indonesia yang menggunakan aplikasi *tinder*

Sampel :

Penduduk indonesia yang menggunakan aplikasi *tinder*
yang berusia 18 tahun keatas

Pengumpulan data :

Kuesioner

Variabel Independen :

Intention to Use

Variabel Independen :

*Perceived Enjoyment, Perceived
Playfulness, dan Perceived
Loneliness, Attitude*

Uji dan Analisis data *statistic non parametric*

Penyajian Hasil penelitian
Gambar 3.5 Kerangka Operasional

Definisi Operasional dan Butir Pertanyaan Kuisisioner

Perceived enjoyment

Perceived enjoyment adalah suatu pandangan atau perasaan menyenangkan pada saat menggunakan aplikasi kencan online *tinder*.

Perceived playfulness

Perceived playfulness adalah persepsi atau perilaku seseorang yang cenderung termotivasi secara intrinsik dalam mengakses fasilitas yang ada di *tinder*, saat menggunakannya mereka merasakan kesenangan tersendiri (Shen,Chick dan Zinn, 2014).

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Perceived loneliness

Perceived loneliness adalah suatu keadaan dimana seseorang sedang emosional karena merasa terasingkan oleh lingkungan maupun individu lain, sehingga mereka menggunakan aplikasi *tinder* untuk menghilangkan rasa kesepiannya. (Bruno, 2002).

Attitude

Attitude (sikap) ialah suatu perilaku atau kebiasaan manusia terhadap suatu obyek dalam merespon sesuatu, sebagian orang menilai orang lain melalui sikapnya. *Attitude* atau sikap ialah suatu kesadaran seseorang yang dalam melakukan suatu tindakan atau perilaku nyata maupun tindakan yang terjadi pada saat sedang menggunakan aplikasi *tinder* (Abu Ahmadi, 1998).

Intention to Use

Intention to Use (niat untuk menggunakan) adalah besarnya suatu ukuran keinginan seseorang dalam menggunakan aplikasi (Depdiknas, 2011). *Intention to Use* merupakan kegiatan yang dilakukan seseorang dalam durasi waktu yang panjang dalam mengakses aplikasi *tinder* (Tubbs dan Moss, 1983)

Butir Pertanyaan Kuisiner

<i>Variabel Penelitian</i>	Butir Pertanyaan
<i>Perceived enjoyment</i> (Persepsi kenyamanan)	<ol style="list-style-type: none">1. Saya bersemangat saat menggunakan aplikasi <i>tinder</i>2. Saya lebih nyaman berkenalan dengan orang baru melalui aplikasi <i>tinder</i>3. Menggunakan aplikasi <i>tinder</i> membuat saya tidak perlu berkenalan secara langsung4. Saya merasa nyaman menggunakan <i>tinder</i> karena saya dapat memperluas jaringan pertemanan5. Saya merasa nyaman menggunakan <i>tinder</i> karena saya dapat memilih teman baru yang sesuai dengan kriteria yang saya inginkan
<i>Perceived playfulness</i> (Persepsi Kesenangan)	<ol style="list-style-type: none">1. Aplikasi <i>tinder</i> merupakan aplikasi yang menarik perhatian saya2. Menggunakan aplikasi <i>tinder</i> sangat menyenangkan bagi saya3. Saya bisa menghabiskan banyak waktu untuk mengakses <i>tinder</i>4. Saya memanfaatkan waktu luang saya untuk mengakses aplikasi <i>tinder</i>5. Saya merasa senang saat berselancar mencari teman baru yang sesuai dengan kriteria saya di aplikasi <i>tinder</i>6. Menemukan orang baru yang <i>match</i> melalui aplikasi <i>tinder</i> terasa menyenangkan untuk saya

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

<i>Perceived loneliness (Persepsi Kesepian)</i>	<ol style="list-style-type: none">1. Aplikasi <i>tinder</i> membuat saya tidak merasa kesepian2. Dengan aplikasi <i>tinder</i> saya mudah menemukan teman baru3. Aplikasi <i>tinder</i> membuat saya memiliki banyak teman baru4. Aplikasi <i>tinder</i> memungkinkan saya untuk menemukan pasangan5. Aplikasi <i>tinder</i> membuat hidup saya lebih bersemangat
<i>Attitude(Sikap)</i>	<ol style="list-style-type: none">1. Menurut saya menggunakan aplikasi <i>tinder</i> membawa dampak positif untuk diri saya2. Menurut saya menggunakan <i>tinder</i> memudahkan saya untuk mendapatkan teman baru3. Menurut saya aplikasi <i>tinder</i> dapat digunakan untuk membangun jaringan pertemanan yang lebih luas4. Menurut saya tidak ada salahnya mencari jodoh menggunakan aplikasi <i>tinder</i>5. Saya memahami bahwa saya tidak bisa mempercayai sepenuhnya orang-orang baru yang saya temui di <i>tinder</i>6. saya memahami bahwa perlu berhati-hati untuk membuka informasi pribadi di aplikasi <i>tinder</i>
<i>Intention to Use(niat untuk menggunakan)</i>	<ol style="list-style-type: none">1. Saya tertarik menggunakan aplikasi <i>tinder</i>2. Aplikasi <i>tinder</i> menarik minat saya untuk menggunakannya3. Saya tertarik menggunakan aplikasi <i>tinder</i> karena iklan yang saya lihat4. Saya tertarik menggunakan <i>tinder</i> untuk mendapatkan teman baru5. Saya tertarik menggunakan <i>tinder</i> untuk mendapatkan pasangan yang sesuai dengan kriteria saya

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Jenis Kelamin

Dari data yang sudah peneliti olah, jumlah responden pria sebanyak 82 (63%) responden sedangkan jumlah responden wanita lebih sedikit dengan jumlah 48 (37%) responden.

Usia

Dari data yang sudah peneliti olah, jumlah responden yang berusia 20-29 tahun sebanyak 86 (66%) responden, responden yang berusia 30-39 tahun sebanyak 22 (17%) responden, responden yang berusia 40-49 tahun sebanyak 10 (7%) responden, dan responden yang berumur >50 tahun adalah sebanyak 12 (16%). Peneliti menyimpulkan bahwa mayoritas responden pada penelitian ini berumur 20-29 tahun.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Metode Pengujian Instrumen

Uji Validitas

Uji Validitas Perceived Enjoyment

Kode	Corrected Item-Total Correlation	<i>rtabel</i>	Keterangan
Perceived Enjoyment 1	0.854	0.03	<i>Valid</i>
Perceived Enjoyment 2	0.614	0.03	<i>Valid</i>
Perceived Enjoyment 3	0.786	0.03	<i>Valid</i>
Perceived Enjoyment 4	0.854	0.03	<i>Valid</i>
Perceived Enjoyment 5	0.580	0.03	<i>Valid</i>

Dari hasil tabel 4.4 diperoleh bahwa pernyataan untuk variabel *Perceived Enjoyment* yang digunakan untuk mengukur variable adalah valid karena nilai *corrected item-Total correlation* lebih besar dibanding 0,3

Uji Validitas Perceived Playfulness

Kode	Corrected Item-Total Correlation	<i>rtabel</i>	Keterangan
Perceived Playfulness 1	0.785	0.03	<i>Valid</i>
Perceived Playfulness 2	0.700	0.03	<i>Valid</i>
Perceived Playfulness 3	0.716	0.03	<i>Valid</i>
Perceived Playfulness 4	0.785	0.03	<i>Valid</i>
Perceived Playfulness 5	0.727	0.03	<i>Valid</i>
Perceived Playfulness 6	0.727	0.03	<i>Valid</i>

Dari hasil tabel 4.5 diperoleh bahwa pernyataan untuk variabel *Perceived Playfulness* yang digunakan untuk mengukur variable adalah valid karena nilai *corrected item-Total correlation* lebih besar dibanding 0,3

Tabel 4.6

Uji Validitas Perceived Loneliness

Kode	Corrected Item-Total Correlation	<i>Rtabel</i>	Keterangan
Perceived Loneliness 1	0.429	0.03	<i>Valid</i>
Perceived Loneliness 2	0.821	0.03	<i>Valid</i>

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Perceived Loneliness 3	0.605	0.03	<i>Valid</i>
Perceived Loneliness 4	0.730	0.03	<i>Valid</i>
Perceived Loneliness 5	0.456	0.03	<i>Valid</i>

Dari hasil tabel 4.6 diperoleh bahwa pernyataan untuk variabel *Perceived Loneliness* yang digunakan untuk mengukur variable adalah valid karena nilai *corrected item-Total correlation* lebih besar dibanding 0,3

Tabel 4.7
Uji Validitas Attitude

Kode	Corrected Item-Total Correlation	<i>rtabel</i>	Keterangan
Attitude 1	0.786	0.03	<i>Valid</i>
Attitude 2	0.760	0.03	<i>Valid</i>
Attitude 3	0.720	0.03	<i>Valid</i>
Attitude 4	0.786	0.03	<i>Valid</i>
Attitude 5	0.669	0.03	<i>Valid</i>
Attitude 6	0.760	0.03	<i>Valid</i>

Dari hasil tabel 4.7 diperoleh bahwa pernyataan untuk variabel *Attitude* yang digunakan untuk mengukur variable adalah valid karena nilai *corrected item-Total correlation* lebih besar dibanding 0,3

Tabel 4.8
Uji Validitas Intention to Use

Kode	Corrected Item-Total Correlation	<i>rtabel</i>	Keterangan
Intention to Use 1	0.877	0.03	<i>Valid</i>
Intention to Use 2	0.796	0.03	<i>Valid</i>
Intention to Use 3	0.606	0.03	<i>Valid</i>
Intention to Use 4	0.563	0.03	<i>Valid</i>
Intention to Use 5	0.911	0.03	<i>Valid</i>

Dari hasil tabel 4.8 diperoleh bahwa pernyataan untuk variabel *Intention to Use* yang digunakan untuk mengukur variable adalah valid karena nilai *corrected item-Total correlation* lebih besar dibanding 0,3

Uji Realibilitas

Dilakukan uji realibilitas dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's* diukur berdasarkan pola *Alpha Cronbach's* 0 sampai 1

Realibilitas suatu konstruk variable dikatakan baik jika memiliki nilai *Alpha Cronbach's* > 0,60.

Uji Reabilitas Variabel

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Perceived Enjoyment</i>	0.890	Reliabel
<i>Perceived Playfulness</i>	0.905	Reliabel
<i>Perceived Loneliness</i>	0.812	Reliabel
<i>Attitude</i>	0.909	Reliabel
<i>Intention to Use</i>	0.896	Reliabel

Berdasarkan pengujian *Reliability Statistics* di atas semua variabel dinyatakan reliabel karena angka *Cronbach's Alpha* nya > dari 0,60.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Hasil Uji Normalitas

Model	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Unstandardized Residual	0,361	Berdistribusi Normal

Mengacu pada tabel diatas peneliti mendapatkan hasil signifikansi 0,361 yang artinya data terdistribusi secara normal.

Uji Multikolinieritas

VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai tolerance digunakan pada penelitian ini untuk mendeteksi adanya multikolinieritas.

Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
<i>Perceived Enjoyment</i>	.529	1.889	Tidak terjadi Multikolinieritas
<i>Perceived Playfulness</i>	.406	2.465	Tidak terjadi Multikolinieritas
<i>Perceived Loneliness</i>	.337	2.965	Tidak terjadi Multikolinieritas
<i>Attitude</i>	.487	2.051	Tidak terjadi Multikolinieritas

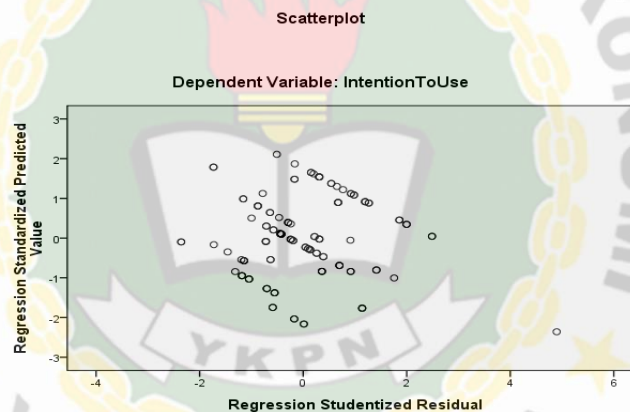
PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa variable-variabel memiliki nilai VIF yang kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,1. Maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel tidak memiliki masalah multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Untuk dapat mengindikasikan tidak adanya gejala heteroskedastisitas maka pengujian akan melakukan metode uji scatterplot.

Tabel 4.3.3
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Dari hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat dari titik-titik yang menyebar dengan acak diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak terdapat gejala heterokedastisitas.

Uji Model

Uji F

Hasil perhitungan parameter model regresi secara bersama-sama diperoleh pada Tabel 4.15 berikut ini

4.4.1

Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	843.752	4	210.938	63.883	.000 ^a
	Residual	412.741	125	3.302		
	Total	1256.492	129			

a. Predictors: (Constant), Attitude, Perceived Playfulness, Perceived Enjoyment, Perceived Loneliness

b. Dependent Variable: Intention to Use

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Hasil perhitungan statistic menunjukkan nilai F hitung = 63.883 dan dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa secara bersama-sama *Perceived Enjoyment*, *Perceived Playfulness*, *Perceived Loneliness*, *Attitude* mempunyai pengaruh yang secara simultan terhadap *intention to use*

4.4.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil pengujian di atas dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.4.2
Hasil Uji Determinasi (R^2)

Model	R	R square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,819 ^a	.672	.661	1.81712
a. Predictors: : (Constant), Attitude, Perceived Playfulness, Perceived Enjoyment, Perceived Loneliness				

Koefisien determinasi yang memiliki fungsi untuk menjelaskan sejauh mana kemampuan variabel independen (*Perceived Enjoyment*, *Perceived Playfulness*, *Perceived Loneliness*, *Attitude*) terhadap variabel dependen (*Intention To Use*) dapat dilihat pada tabel 4.2.3.5. Berdasarkan pada tabel 4.2.3.5 dapat diketahui bahwa besarnya adjusted R_2 adalah 0.672, hal ini berarti 0,672 atau 67.2% variasi dari *Intention To Use* dapat dijelaskan oleh variasi dari variabel independen yaitu *Perceived Enjoyment*, *Perceived Playfulness*, *Perceived Loneliness*, *Attitude* sedangkan sisanya 32.8% ($100\% - 67.2\% = 32.8\%$) dijelaskan oleh sebab-sebab lain di luar model. Jadi, hasil uji koefisien determinasi tersebut menjelaskan alasan di luar model. Oleh karena itu, pada hasil uji *coefficient* determinasi menyiratkan bahwa perlu dilakukannya penelitian lain dengan menggunakan variabel independen yang lain yang berpengaruh terhadap *intention to use*

Analisis Linear Berganda

Hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5.1
Hasil Analisis Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.115	1.815		-.614	.540
	Perceived Enjoyment	.741	.099	.528	7.493	.000
	Perceived Playfulness	.421	.097	.349	4.335	.000
	Perceived Loneliness	.389	.110	.313	3.543	.001
	Attitude	-.468	.097	-.356	-4.853	.000

Dari hasil tersebut apabila ditulis dalam bentuk standardized dari persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

$$Y = -1.115 + 0.741X_1 + 0.421X_2 + 0.389X_3 - 0.468X_4 + 1.851$$

Keterangan :

Y : Intention To Use

X₁ : Perceived Enjoyment

X₂ : Perceived Playfulness

X₃ : Perceived Loneliness

X₄ : Attitude

Keterangan :

- 1) Nilai konstanta variabel *Intention To Use* sebesar 1.115 mempunyai arti bahwa variabel *Perceived Enjoyment*, *Perceived Playfulness*, *Perceived Loneliness* dan *Attitude* tidak mengalami perubahan atau sama dengan 0 (nol), maka intention to use akan bernilai 1.115 satuan skor.
- 2) Koefisien regresi variabel *Perceived Enjoyment* dengan nilai 0.741 maka dapat diartikan bahwa jika variabel *Perceived Enjoyment* meningkat satu satuan maka intention to use meningkat sebesar 0.741
- 3) Koefisien regresi variabel *Perceived Playfulness* dengan nilai 0.421 maka dapat diartikan bahwa jika variabel *Perceived Playfulness* meningkat satu satuan maka intention to use meningkat sebesar 0.421.
- 4) Koefisien regresi variabel *Perceived Loneliness* dengan nilai 0.389 maka dapat diartikan bahwa jika variabel *Perceived Loneliness* meningkat satu satuan maka intention to use meningkat sebesar 0.389
- 5) Koefisien regresi variabel *attitude* dengan nilai 0.468 maka dapat diartikan bahwa jika variabel *attitude* meningkat satu satuan maka intention to use menurun sebesar 0.468

Uji T

Hasil uji t pada penelitian ini dapat adalah sebagai berikut

Tabel 4.5.2

Hasil Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.115	1.815		-.614	.540
	Perceived Enjoyment	.741	.099	.528	7.493	.000
	Perceived Playfulness	.421	.097	.349	4.335	.000
	Perceived Loneliness	.389	.110	.313	3.543	.001
	Attitude	-.468	.097	-.356	-4.853	.000

a. Dependent Variable: Intention to Use

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

1. Apakah *perceived enjoyment* berpengaruh positif terhadap *Intention to Use* Aplikasi Tinder di Indonesia?
Secara signifikan *perceived enjoyment* memiliki pengaruh terhadap *intention to use* dikarenakan tingkat sig $0,000 < 0,05$ dengan t hitung sebesar 7.493
2. Apakah *perceived playfulness* berpengaruh positif terhadap *Intention to Use* Aplikasi Tinder di Indonesia?
Secara signifikan *perceived playfulness* memiliki pengaruh terhadap *intention to use* dikarenakan tingkat sig $0,000 < 0,05$ dengan t hitung sebesar 4.335.
3. Apakah *perceived loneliness* berpengaruh positif terhadap *Intention to Use* Aplikasi Tinder di Indonesia?
Secara signifikan *perceived loneliness* memiliki pengaruh terhadap *intention to use* dikarenakan tingkat sig $0,000 < 0,05$ dengan t hitung sebesar 3.543
4. Apakah *Attitude* berpengaruh positif terhadap *Intention to Use* Aplikasi Tinder di Indonesia?
Secara signifikan *Attitude* memiliki pengaruh terhadap *intention to use* dikarenakan tingkat sig $0,000 < 0,05$ dengan t hitung sebesar -4.853

Pembahasan

Pengaruh *Perceived Enjoyment* Terhadap *Intention To Use* Tinder

Hasil pengujian dengan SPSS diperoleh untuk variabel X_1 (*Perceived Enjoyment*) diperoleh nilai t hitung = 7.493 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari taraf 5% yang berarti *Perceived Enjoyment* berpengaruh signifikan terhadap *intention to use*. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Syed (2018) yang menghasilkan penelitian bahwa *Perceived Enjoyment* berpengaruh signifikan terhadap *intention to use*.

Pengaruh *Perceived Playfulness* Terhadap *Intention To Use* Tinder

Hasil pengujian dengan SPSS diperoleh untuk variabel X_2 (*Perceived Playfulness*) diperoleh nilai t hitung = 4.335 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari taraf 5% yang berarti *Perceived Playfulness* berpengaruh signifikan terhadap *intention to use*. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Syed (2018) yang menghasilkan penelitian bahwa *Perceived playfulness* berpengaruh signifikan terhadap *intention to use*.

Pengaruh *Perceived Loneliness* Terhadap *Intention to Use Tinder*

Hasil pengujian dengan SPSS diperoleh untuk variabel X₃ (*Perceived Loneliness*) diperoleh nilai t hitung = 3.543 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari taraf 5% yang berarti *Perceived Loneliness* berpengaruh signifikan terhadap *intention to use*. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi (2019) yang menghasilkan penelitian bahwa *Perceived Loneliness* berpengaruh signifikan terhadap *intention to use*.

Pengaruh *Attitude* Terhadap *Intention to Use Tinder*

Hasil pengujian dengan SPSS diperoleh untuk variabel X₄ (*Attitude*) diperoleh nilai t hitung = -4.853 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari taraf 5% yang berarti *attitude* berpengaruh signifikan terhadap *intention to use*. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Refila (2018) yang menghasilkan penelitian bahwa *attitude* berpengaruh signifikan terhadap *intention to use*.

Kesimpulan

Berdasarkan dari penelitian yang telah dilakukan mengenai Analisis Pengaruh *Perceived Enjoyment*, *Perceived Playfulness*, *Perceived Loneliness* And *Attitude* terhadap *Intention To Use* Aplikasi Tinder Di Indonesia, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari Kajian yang telah diteliti *Perceived Enjoyment* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap *intention to use* dengan t hitung sebesar 7.493
2. Dari Kajian yang telah diteliti *Perceived Playfulness* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap *intention to use* dengan t hitung sebesar 4.335.
3. Dari Kajian yang telah diteliti *Perceived Loneliness* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap *intention to use* dengan t hitung sebesar 3.543
4. Dari Kajian yang telah diteliti *Attitude* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap *intention to use* dengan nilai t hitung sebesar -4.853

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

- Andromeda, N., & Kristant, E. P. (2017). *Hubungan Antara Loneliness Dan Perceived Social Support Dan Intensitas penggunaan Social Media Pada Mahasiswa*. PSIKOVIDYA, 21(2).
- Budi Rinjani, L., & Prasetyaningrum, J. (2021). *Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Konformitas Kelompok Dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Akhir* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Codish, D., & Ravid, G. (2014). Academic course gamification: The art of perceived playfulness. *Interdisciplinary Journal of E-Learning and Learning Objects*, 10(1), 131-151.
- Dahniar, A. (2019). *Memahami Pembentukan Sikap (Attitude) dalam Pendidikan dan Pelatihan*. Tatar Pasundan: Jurnal Diklat Keagamaan, 13(2), 202-206.
- Dewi, L., & Sindarko, W. (2018). *Pengaruh Keragaman dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen La Cherie*.
- FIRDAUS, A. L. (2020). *Persepsi Mahasiswa Terhadap Aplikasi Tinder (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya)* (Doctoral dissertation, POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA).
- Liana, L. (2009). *Penggunaan MRA dengan SPSS untuk menguji pengaruh variabel moderating terhadap hubungan antara variabel independen dan variabel dependen*. Dinamik, 14(2).
- Handayani, R. T., Arradini, D., Darmayanti, A. T., Widiyanto, A., & Atmojo, J. T. (2020). *Pandemic Covid-19, Body Immunity Response, and Herd Immunity*. Jurnal Ilmiah Permas: Jurnal Ilmiah STIKES Kendal, 10(3), 373-380.
- Herdianti, A. H. (2018). *Pencarian jodoh melalui aplikasi tinder di era digital* (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga). Permas: Jurnal Ilmiah STIKES Kendal, 10(3), 373-380.
- Mansyur, U. (2018). *Belajar memahami bahasa generasi milenial*.
- Muntianah, S. T., Astuti, E. S., & Azizah, D. F. (2012). *Pengaruh Minat Perilaku Terhadap Actual Use Teknologi Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)(studi kasus pada kegiatan belajar mahasiswa fakultas ilmu administrasi universitas brawijaya malang)*. PROFIT: JURNAL ADMINISTRASI BISNIS, 6(1).

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Omar, F. I., Zukni, A. Z. A., Abdul, A. F., & Hamid, N. H. A. (2020). *The Relationship between YouTube Usage and Netizen Youth Behaviour*. *Social Sciences*, 12(6), 1075-1083.
- Rantepadang, A., & Gery, A. B. (2020). *Hubungan psychological well-being dengan loneliness*. *Nutrix Journal*, 4(1), 59-62.
- Santoso, B. (2010). *Pengaruh perceived usefulness, perceived ease of use, dan perceived enjoyment terhadap penerimaan teknologi informasi (studi empiris di Kabupaten Sragen)* (Doctoral dissertation, UNS (Sebelas Maret University)
- Shaleh, M. 2 Abu Ahmadi, Widodo Supriyono, *Psikologi Belajar*,(Jakarta: PT. Rieneka Cipta, 1991), hlm. 74.
- Pujiati, D., & Martiono, I. (2008). *Pengaruh Computer Playfulness, Personal Innovativeness, dan Cognitive Absorption Terhadap Perceived Usefulness Dalam Penggunaan formasi, Simposium Nasional Teknologi Sistem Informasi Yogyakarta*.
- Seni, N. N. A., & Ratnadi, N. M. D. (2017). *Theory of planned behavior untuk memprediksi niat berinvestasi*. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 12, 4043.
- Sumter, S. R., Vandenbosch, L., & Ligtenberg, L. (2017). *Love me Tinder: Untangling emerging adults' motivations for using the dating application Tinder*. *Telematics and informatics*, 34(1), 67-78.