

## Analisis Pengguna Aplikasi Tinder Premium Menggunakan UTAUT2

### 1) Dita Anggy Cakraningrum

Institut Teknologi Telkom Purwokerto, Jl. DI Panjaitan No.128, Karangreja, Provinsi Jawa Tengah, Indonesia

E-Mail: [mediamediadita@gmail.com](mailto:mediamediadita@gmail.com)

### 2) Sisilia Thya Safitri

Institut Teknologi Telkom Purwokerto, Jl. DI Panjaitan No.128, Karangreja, Provinsi Jawa Tengah, Indonesia

E-Mail: [sisil@ittelkom-pwt.ac.id](mailto:sisil@ittelkom-pwt.ac.id)

### 3) Khairun Nisa M

Institut Teknologi Telkom Purwokerto, Jl. DI Panjaitan No.128, Karangreja, Provinsi Jawa Tengah, Indonesia

E-Mail: [nisa@ittelkom-pwt.ac.id](mailto:nisa@ittelkom-pwt.ac.id)

### ABSTRACT

The application for making new friends virtually is currently one of the most popular dating applications. One user with another can match each other by swiping to the right. Tinder premium has paid features offered including platinum, gold, and plus. This study aims to find out the most significant variables for premium Tinder application users. This research uses the google form link which is distributed to Tinder users and processed using SmartPLS 4.0.8.4. The results of this study found that the factors that influence the user's intention to frequently use Tinder continuously are tinder platinum, which has the most influence, namely performance expectancy and hedonic motivation. Age, gender, and experience moderation variables do not affect the relationship between exogenous and endogenous variables for the three Tinder premiums (Platinum, Gold, and Plus).

**Keyword : Tinder, user, virtual**

### PENDAHULUAN

Di era yang serba *digital* banyak bermunculan media sosial dan dilihat dari fungsinya sangat beragam. Pengguna yang sangat aktif menggunakan media sosial menganggap bahwa media sosial merupakan hal yang sangat menarik terutama dalam hubungan dengan bermodal ponsel dapat mengakses aplikasi apa saja dan kapan saja yang diinginkan [1].

Di Indonesia terdapat berbagai macam aplikasi pencarian jodoh secara *virtual* yang tersedia di *smartphone* yang dapat di download pengguna sesuai kebutuhan, antara lain terdapat aplikasi pencarian jodoh terbaik yang banyak digunakan di Indonesia salah satunya Tinder [2].

Tinder adalah salah satu aplikasi media yang sering dikenal sebagai situs atau aplikasi kencan untuk mencari jodoh. Tinder adalah aplikasi paling populer di Indonesia dan di dunia untuk bertemu orang baru dimanapun dan kapanpun yang tersedia untuk android atau ios [3].

Tinder di rilis perdana pada tahun 2012 oleh Sean Rad, Jonathan Badeen, dan Justin Mateen [4]. Tinder menggunakan teknologi berbasis *GPS*, yang dapat mempertemukan penggunanya secara *virtual* dengan pengguna disekitarnya berdasarkan lokasi [5]. Tinder secara resmi diluncurkan di Indonesia pada tahun 2018 [6].

Berdasarkan data hasil survei yang telah dilakukan, disimpulkan bahwa pengguna Tinder lebih didominasi oleh pengguna berjenis kelamin laki-laki yang berusia 17-27 tahun yang memiliki pengalaman selama <1 tahun. Pada penelitian ini terdapat hasil survei yang menunjukkan pria lebih sering menggunakan aplikasi jodoh secara *virtual* menggunakan Tinder. Hal ini dikarenakan laki-laki lebih membutuhkan dan mempermudah dalam menemukan pasangan lawan jenisnya pada aplikasi Tinder.

Aplikasi Tinder *premium* dimana fitur yang ditawarkan adalah pengguna dapat mengirimkan pesan sebelum match dengan lawan jenisnya serta dapat memberikan prioritas fitur *like/swipe* terhadap lawan jenis [7]. Perbedaan lainnya adalah warna icon pada profil pengguna untuk member Tinder plus berwarna biru, member tinder gold berwarna emas, dan member tinder platinum berwarna hitam. Disisi lain Tinder menawarkan fitur berbayar untuk meningkatkan keberhasilan menemukan pasangan penggunanya.

Tinder premium ada 3 jenis keanggotaan yaitu Tinder Plus, Tinder Gold, dan Tinder Platinum [8]. Jenis keanggotaan pada Tinder *premium* ini memberikan kemudahan penggunanya dalam proses mencari pasangan lawan jenisnya untuk bertemu, secara bersamaan. Terdapat permasalahan saat mengaplikasikan Tinder. Faktor-faktor ini yang

mendorong penulis untuk melakukan penelitian terhadap pengguna Tinder khususnya pengguna Tinder berbayar (*premium*).

Penelitian ini memiliki tujuan utama yaitu untuk mengetahui faktor kebiasaan apa yang membuat pengguna untuk *meng-upgrade* Tinder miliknya menjadi Tinder *premium*, mengetahui yang dirasakan oleh pengguna setelah *meng-upgrade* Tinder berbayar terhadap harga yang ditawarkan dari aplikasi Tinder. Hal ini juga dipengaruhi oleh kepercayaan untuk menggunakan sistem akan membantu seseorang untuk mencapai keuntungan dalam penggunaan sistem informasi (*performance expectancy*), tingkat kemudahan mengenai penggunaan sistem informasi (*effort expectancy*), pengaruh sekitar untuk menggunakan Tinder (*social influence*), fitur untuk penilaian teman masih terbatas pada akan tertentu (*facilitating conditions*), kesenangan dan kebahagiaan yang diperoleh dari penggunaan Tinder (*hedonic motivation*), pengguna menanggung biaya mengenai pembelian perangkat atau layanan (*Price Value* terhadap *Behavioral Intention*), pengguna terbiasa menggunakan aplikasi Tinder (*habit*), *behavioral intention* terhadap *use behavior* mempengaruhi niat pengguna untuk sering menggunakan aplikasi tinder dan terus-menerus [9].

## BAHAN DAN METODE

Bahan-bahan yang digunakan untuk mendapatkan data hasil penelitian yaitu data primer dan data sekunder.

Populasi yang digunakan adalah pengguna aktif yang menggunakan aplikasi Tinder. Jumlah populasi diambil berdasarkan [info.populix.co](http://info.populix.co) didapatkan 35,29% dari 3000 responden yang masih menjadi pengguna aktif hingga saat ini 1059 [10].

*Sample* menggunakan rumus slovin dengan tingkat signivikan 5% dari total populasi yaitu minimal 290.

Rumus :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad (1.1)$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = margin of error/error tolerance (batas toleransi kesalahan) [5].

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik SEM-PLS dan dianalisis menggunakan *software* smartPLS 4.0.8.4.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada hasil dan pembahasan ini mengenai pengolahan data dari hasil kuesioiner yang telah disebarkan melalui *google form* kepada pengguna aktif Tinder pada penelitian ini.

### Pengolahan Data Tinder Platinum

### Model Struktural

Model Struktural Tinder Platinum

Pada gambar 1 dibuat menggunakan seluruh variabel laten. Variabel laten dibagi menjadi dua macam yaitu variabel endogen dan variabel eksogen.

### Model Pengukuran

Suatu indikator dapat dinyatakan memenuhi *convergent validity* dan memiliki tingkat validitas yang tinggi ketika *nilai outer loadings* > 0,70. Model pengukuran struktural.

Tabel 1. Hasil R<sup>2</sup> Tinder Platinum

Variabel Laten	R-Square
<i>Behavioral Intention</i>	0,157
<i>Use Behavior</i>	0,291

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai R-Square pada Behavioral Intention (BI) dan Use Behavior (UB) memiliki nilai R-Square yang rendah. Nilai R-Square rendah berarti variabel eksogen atau variabel independen kurang mampu memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel endogen atau variabel dependen.

### Koefisien Jalur

Bahwa dari 6 variabel laten (*effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, dan *habit*) dengan variabel endogen *behavioral intention* yang berpengaruh negatif dalam mempengaruhi niat perilaku pengguna. *Performance expectancy*, *hedonic motivation* berpengaruh positif dalam mempengaruhi niat perilaku pengguna untuk menggunakan Tinder. Variabel *behavioral intention* terhadap *use behavior* berpengaruh positif dalam mempengaruhi niat perilaku pengguna untuk menggunakan Tinder.

### T-statistic Tinder Platinum

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diteliti, hubungan variabel yang memiliki pengaruh signifikan ada 1 pasang yaitu *behavioral intention* terhadap *use behavior* (angka yang diberi warna hijau). Variabel lainnya menunjukkan T-statistic lebih kecil dari 1,96, artinya variabel eksogen berpengaruh terhadap variabel endogen namun tidak signifikan. SI -> BI menunjukkan bahwa tidak signifikan atau tidak berpengaruh sehingga tidak di terima. Hal ini terjadi karena tergantung pada lingkungan user. SI diukur berdasarkan pendapat user mengenai seberapa besar orang lain dapat berpengaruh dan *image* yang diperoleh orang lain jika menggunakan sistem. Setiap individu berbeda dalam mendengar ataupun menerima pendapat orang lain. Oleh karena itu jika pengaruh orang lain rendah maka minat seseorang untuk menggunakan suatu sistem juga rendah.

Tabel 2. Hasil Q2 Tinder Platinum

Variabel laten	Q <sup>2</sup>
----------------	----------------

Variabel laten	Q <sup>2</sup>
<i>Behavioral Intention</i>	-0,462
<i>Use Behavior</i>	-0,124

Berdasarkan tabel di atas behavioral intention memiliki nilai q<sup>2</sup> 46,20% , menunjukkan kurang memiliki predictive relevance. Use behavior memiliki nilai q<sup>2</sup> 12,40%, menunjukkan kurang memiliki predictive relevance.

### F<sup>2</sup> Tinder Platinum

Variabel performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, habit terhadap behavioral intention memiliki pengaruh lemah dalam model struktural. Behavioral intention terhadap use behavior memiliki pengaruh moderat dalam model struktural.

### Uji Validitas

Uji validitas yaitu suatu pengujian yang dilakukan untuk menguji valid atau tidaknya suatu indikator yang digunakan pada proses selanjutnya. Pengukuran pada uji validitas yaitu:

**Tabel 3. Hasil Factor loading Tinder Platinum**

Variabel Laten	Indikator	Outer Loading	Ket
<i>PE</i>	PE4	1,000	VALID
	EE1	0,885	VALID
<i>EE</i>	EE3	0,861	VALID
	<i>SI</i>	SI1	0,895
<i>SI</i>	SI2	0,932	VALID
	SI3	0,897	VALID
	<i>FC</i>	FC1	0,853
FC2		0,790	VALID
FC3		0,931	VALID
FC4		0,910	VALID
<i>HM</i>	HM1	1,000	VALID
<i>HB</i>	HB1	0,883	VALID
	HB2	0,931	VALID
	HB3	0,905	VALID
<i>BI</i>	BI1	1,000	VALID
<i>UB</i>	UB2	1,000	VALID

Berdasarkan Tabel diatas hasil uji factor loading Tinder Platinum dengan indikator dan variabel dikatakan valid pada kuesioner yang diukur antara lain performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, habit, behavioral intention, use behavior mempengaruhi niat perilaku pengguna untuk menggunakan Tinder.

### Uji Reliabilitas

Untuk menguji nilai reliabilitas indikator-indikator pada suatu variabel. Suatu variabel dapat dinyatakan memenuhi *composite reliability* apabila memiliki nilai *composite reliability*  $\geq 0,7$  dan nilai cronbach's alpha  $\geq 0,7$ , pada tabel 8 menunjukkan hasil nilai *composite reliability*.

**Tabel 4. Hasil Composite reliability pada Tinder Platinum**

Variabel Laten	Composite Reliability	Keterangan
<i>Performance Expectancy (PE)</i>	0,720	Reliabel
<i>Effort Expectancy (EE)</i>	0,865	Reliabel
<i>Social Influence (SI)</i>	0,934	Reliabel
<i>Habit (HB)</i>	0,933	Reliabel
<i>Behavioral Intention (BI)</i>	0,708	Reliabel
<i>Use Behavioral (UB)</i>	0,805	Reliabel
<i>Habit</i>	0,892	Reliabel

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa masing-masing variabel telah memenuhi *composite reliability* dapat disimpulkan keseluruhan variabel memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi. Uji realibilitas dengan *composite reability* di atas dapat diperkuat dengan menggunakan nilai cronbach alpha. Suatu variabel dapat dinyatakan reliabel atau memenuhi cronbach alpha apabila memiliki nilai cronbach alpha  $> 0,7$ .

### Uji Moderasi Age Tinder Platinum

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan untuk mengetahui apakah umur sebagai variabel dapat mempengaruhi variabel eksogen atau terhadap variabel endogen secara signifikan atau tidak. Nilai t-statistik signifikan, karena  $>1,96$  dengan pvalue  $<0,05$  artinya variabel mempengaruhi variabel eksogen terhadap variabel endogen secara signifikan. Jika nilai T-statistik  $<1,96$  artinya variabel mempengaruhi variabel eksogen terhadap variabel endogen namun tidak signifikan. Hasil perhitungan dapat dilihat pada tabel 8.

### T-statistic Uji Moderasi Age Tinder Platinum

Uji moderasi age pada Tinder Platinum tidak signifikan, artinya penyebaran responden yang kurang merata pada usia remaja sampai dewasa menyebabkan tidak signifikan, dan age tidak memperkuat atau memperlemah terhadap niat pengguna untuk menggunakan Tinder.

### Uji Moderasi Gender Tinder Platinum

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan untuk mengetahui apakah umur sebagai variabel dapat mempengaruhi variabel eksogen atau terhadap variabel endogen secara signifikan atau tidak. Signifikan dapat dilihat melalui nilai T-statistik. Jika nilai T-statistik  $>1,96$  artinya variabel mempengaruhi variabel eksogen terhadap variabel endogen secara signifikan. Jika nilai T-statistik  $<1,96$  artinya variabel mempengaruhi variabel eksogen terhadap variabel endogen namun tidak signifikan.

Gender (jenis kelamin) tidak mempengaruhi secara signifikan hubungan antara variabel facilitating conditions, habit, hedonic motivation, price value terhadap

behavioral intention. Kepuasan pengguna laki-laki dan perempuan dalam menggunakan Tinder terdapat perbedaan dikarenakan satu sama lain mempunyai sudut pandang yang berbeda, alhasil mempengaruhi niat perilaku pengguna dalam menggunakan Tinder. Laki-laki dan perempuan memiliki keinginan dan kebutuhan yang berbeda.

#### Uji Moderasi Experience Tinder Platinum

Hasil analisis menunjukkan bahwa experience (pengalaman) tidak mempengaruhi secara signifikan hubungan antara variabel facilitating conditions, habit, hedonic motivation, price value terhadap behavioral intention. Artinya experience tidak memperkuat atau memperlemah terhadap niat pengguna untuk menggunakan Tinder.

#### Uji Hipotesis Tinder Platinum Facilitating Conditons Moderasi Age, Gender, dan Experience

Usia, jenis kelamin, dan pengalaman tidak memoderasi dari pada niat perilaku, sehingga efeknya tidak lebih kuat di antara pria yang lebih muda sampai tua di awal tahapan pengalaman dengan teknologi.

#### Hedonic Motivation Moderasi Age, Gender, dan Experience

Usia, jenis kelamin, dan pengalaman tidak memoderasi efek dari motivasi hedonis pada niat perilaku, sehingga efeknya tidak lebih kuat di antara pria yang lebih muda di awal tahapan pengalaman dengan teknologi.

#### Price Value Moderasi Age, Gender, dan Experience

Usia dan jenis kelamin tidak memoderasi pengaruh nilai harga niat perilaku, sehingga efeknya tidak lebih kuat di kalangan wanita dan laki-laki terutama wanita dan laki-laki yang lebih tua dan muda di awal tahapan pengalaman dengan teknologi.

#### Habit Moderasi Age, Gender, dan Experience

Usia, jenis kelamin, dan pengalaman tidak memoderasi efeknya kebiasaan pada niat perilaku, sehingga efek tidak lebih kuat untuk wanita dan pria yang lebih tua dan muda dengan tingkat tinggi pengalaman dengan teknologi tersebut.

Usia, jenis kelamin, dan pengalaman tidak memoderasi pengaruhnya kebiasaan pada penggunaan teknologi, sehingga efeknya tidak menjadi lebih kuat untuk wanita dan pria yang lebih tua dan muda dengan tingkat tinggi pengalaman dengan teknologi tersebut.

Behavioral Intention Moderasi Experience  
Pengalaman tidak memoderasi efek perilaku niat penggunaan, sehingga efeknya tidak lebih kuat untuk pengguna yang kurang berpengalaman.

#### Pengolahan Data Tinder Gold Model Struktural

Dibuat menggunakan seluruh variabel laten. Variabel laten dibagi menjadi dua macam yaitu variabel endogen dan variabel eksogen.

#### Model Pengukuran

Suatu indikator dapat dinyatakan memenuhi *convergent validity* dan memiliki tingkat validitas yang tinggi ketika nilai *outer loadings* > 0,70.

#### Model Pengukuran Struktural

Tabel 5. R<sup>2</sup> Tinder Gold

Variabel Laten	R-Square
Behavioral Intention	0,319
Use Behavior	0,239

Berdasarkan hasil perhitungan untuk mengukur tingkat Goodness of fit suatu model struktural, sehingga dapat diketahui besar pengaruh variabel laten independen terhadap variabel laten dependen. Dikategorikan kuat >0,67, moderat >0,33, rendah >0,19. Nilai R-Square rendah berarti variabel eksogen atau variabel independen kurang mampu memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel endogen atau variabel dependen.

#### Koefisien Jalur Tinder Gold

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 3 variabel laten (performance expectancy, hedonic motivation dan habit) dengan variabel endogen behavioral intention yang berpengaruh negatif dalam mempengaruhi niat perilaku pengguna. Effort expectancy, social influence, facilitating conditions, dan price value berpengaruh positif dalam mempengaruhi niat perilaku pengguna untuk menggunakan Tinder. Variabel behavioral intention dan habit terhadap use behavior berpengaruh positif dalam mempengaruhi niat perilaku pengguna untuk menggunakan Tinder.

Hubungan variabel yang memiliki pengaruh signifikan ada 1 pasang yaitu habit terhadap use behavior (angka yang diberi warna hijau). Variabel lainnya menunjukkan T-statistic lebih kecil dari 1,96, artinya variabel eksogen berpengaruh terhadap variabel endogen namun tidak signifikan.

Tabel 6. Q<sup>2</sup> Tinder Gold

Variabel Laten	Q <sup>2</sup>
Behavioral Intention	-0,359
Use Behavior	0,053

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa behavioral intention memiliki nilai q<sup>2</sup> 35,90% , menunjukkan kurang memiliki predictive relevance. Use behavior memiliki nilai q<sup>2</sup> 5,3%, menunjukkan kurang memiliki predictive relevance.

#### F<sup>2</sup> Tinder Gold

Variabel performance expectancy, social influence, facilitating conditons, price value,

habit terhadap behavioral intention memiliki pengaruh lemah dalam model struktural. Effort expectancy, hedonic motivation terhadap behavioral intention memiliki pengaruh moderat dalam model struktural. Habit terhadap behavioral intention memiliki pengaruh moderat dalam model struktural. Nilai f2 dibagi menjadi tiga kategori yaitu lemah (0,02), moderat (0,15), dan kuat (0,35).

### Uji Validitas

Uji validitas yaitu suatu pengujian yang dilakukan untuk menguji valid atau tidaknya suatu indikator yang digunakan pada proses selanjutnya. Pengukuran pada uji validitas yaitu:

Validitas konvergen

**Tabel 7. Factor loading Tinder Gold**

Variabel Laten	Indikator	Outer Loading	Ket
PE	PE1	0,907	VALID
	PE3	0,827	VALID
	PE4	0,798	VALID
EE	EE1	0,702	VALID
	EE2	0,984	VALID
	EE3	0,791	VALID
	EE4	0,706	VALID
SI	SI1	0,975	VALID
	SI2	0,854	VALID
	SI3	0,855	VALID
FC	FC2	0,827	VALID
	FC3	0,848	VALID
	FC4	0,807	VALID
HM	HM2	0,990	VALID
	HM3	0,871	VALID
PV	PV 4	0,828	VALID
	PV 11	0,887	VALID
HB	HB1	0,897	VALID
	HB2	0,822	VALID
	HB3	0,902	VALID
	HB4	0,862	VALID
BI	BI1	0,939	VALID
	BI2	0,738	VALID
UB	UB2	0,812	VALID
	UB2	0,819	VALID

Berdasarkan tabel diatas hasil uji factor loading Tinder Plus dengan indikator dan variabel dikatakan valid pada kuesioner yang diukur antara lain performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, price value, habit, behavioral intention, use behavior mempengaruhi niat perilaku pengguna untuk menggunakan Tinder.

### Uji Reliabilitas

Digunakan untuk menguji nilai reliabilitas indikator-indikator pada suatu variabel. Suatu variabel dapat dinyatakan memenuhi composite reliability apabila memiliki nilai composite reliability  $\geq 0,7$  dan nilai cronbach's alpha  $\geq 0,7$ , pada tabel 4.21 menunjukkan hasil nilai composite reliability.

**Tabel 8. Hasil Composite reliability pada Tinder Gold**

Variabel Laten	Composite Reliability	Keterangan
Performance Expectancy (PE)	0,882	Reliabel
Effort Expectancy (EE)	0,877	Reliabel
Social Influence (SI)	0,924	Reliabel
Facilitating Conditions (FC)	0,867	Reliabel
Hedonic Motivation (HM)	0,930	Reliabel
Price Value (PV)	0,848	Reliabel
Habit (HB)	0,926	Reliabel
Behavioral Intention (BI)	0,831	Reliabel
Use Behavioral (UB)	0,799	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa masing-masing variabel telah memenuhi composite reliability dapat disimpulkan keseluruhan variabel memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi. Uji realibilitas dengan composite reliability di atas dapat diperkuat dengan menggunakan nilai cronbach alpha. Suatu variabel dapat dinyatakan reliabel atau memenuhi cronbach alpha apabila memiliki nilai cronbach alpha  $> 0,7$ .

### Uji Moderasi Age Tinder Gold

Nilai T-statistik hubungan antara variabel eksogen terhadap variabel endogen yang didapatkan melalui perhitungan bootstrapping variabel moderator age (umur). Hasil perhitungan dapat dilihat pada tabel 16 Nilai t-statistik signifikan, karena  $> 1,96$  dengan pvalue  $< 0,05$  artinya variabel mempengaruhi variabel eksogen terhadap variabel endogen secara signifikan. Jika nilai T-statistik  $< 1,96$  artinya variabel mempengaruhi variabel eksogen terhadap variabel endogen namun tidak signifikan. Hasil uji moderasi age (umur) dapat dilihat pada tabel 22.

Hasil uji moderasi age pada Tinder gold, tidak signifikan, artinya penyebaran responden yang kurang merata pada usia remaja sampai dewasa menyebabkan tidak signifikan, dan age tidak memperkuat atau memperlemah terhadap niat pengguna untuk menggunakan Tinder.

T-statistik hubungan antara variabel eksogen terhadap variabel endogen yang didapatkan melalui perhitungan bootstrapping variabel moderator gender (jenis kelamin). Hasil perhitungan dapat dilihat pada tabel 23.

T-statistics Uji Moderasi Gender Tinder Gold menunjukkan bahwa gender (jenis kelamin) tidak mempengaruhi secara signifikan hubungan antara variabel facilitating conditions, habit, hedonic motivation, price value terhadap behavioral intention. Gender (jenis kelamin) juga tidak berpengaruh signifikan terhadap hubungan habit dengan use behavior. Dikatakan tidak

signifikan semua, karena semua hubungan antar variabel yang dimoderasi gender (jenis kelamin) memiliki nilai T-statistik <1,96. Behavioral intention terhadap use behavior saling berpengaruh sebesar 2,543. Dikatakan berpengaruh secara signifikan karena nilai T-statistik <1,96. Gender (jenis kelamin) tidak mempengaruhi secara signifikan hubungan antara variabel facilitating conditions, habit, hedonic motivation, price value terhadap behavioral intention. Kepuasan pengguna laki-laki dan perempuan dalam menggunakan Tinder terdapat perbedaan dikarenakan satu sama lain mempunyai sudut pandang yang berbeda, alhasil mempengaruhi niat perilaku pengguna dalam menggunakan Tinder. laki-laki dan perempuan memiliki keinginan dan kebutuhan yang berbeda.

Hasil t-statistics Uji Moderasi *Experience* Tinder Gold nilai T-statistik >1,96 artinya variabel mempengaruhi variabel eksogen terhadap variabel endogen secara signifikan. Jika nilai T-statistik <1,96 artinya variabel mempengaruhi variabel eksogen terhadap variabel endogen namun tidak signifikan. Hasil perhitungan dapat dilihat pada tabel 24.

T-statistics Uji Moderasi *Experience* Tinder Gold menunjukkan bahwa experience (pengalaman) tidak mempengaruhi secara signifikan hubungan antara variabel facilitating conditions, hedonic motivation, price value terhadap behavioral intention. Experience (pengalaman) juga tidak berpengaruh signifikan terhadap hubungan habit dengan use behavior. Dikatakan tidak signifikan semua, karena semua hubungan antar variabel yang dimoderasi experience (pengalaman) memiliki nilai T-statistik <1,96. Behavioral intention terhadap use behavior saling berpengaruh. Dikatakan berpengaruh secara signifikan karena nilai T-statistik 3,258. Experience (pengalaman) tidak mempengaruhi secara signifikan hubungan antara variabel facilitating conditions, habit, hedonic motivation, price value terhadap behavioral intention. Artinya experience tidak memperkuat atau memperlemah terhadap niat pengguna untuk menggunakan Tinder.

#### Uji Hipotesis Tinder Gold Facilitating Condotions Moderasi Age, Gender, dan Experience

Usia, jenis kelamin, dan pengalaman tidak memoderasi dari pada niat perilaku, sehingga efeknya tidak lebih kuat di antara pria yang lebih muda sampai tua di awal tahapan pengalaman dengan teknologi.

#### Hedonic Motivation Moderasi Age, Gender, dan Experience

Usia, jenis kelamin, dan pengalaman tidak memoderasi efek dari motivasi hedonis pada niat perilaku, sehingga efeknya tidak lebih kuat di antara pria yang lebih muda di awal tahapan pengalaman dengan teknologi.

#### Price Value Moderasi Age, Gender, dan Experience

Usia dan jenis kelamin tidak memoderasi pengaruh nilai harga niat perilaku, sehingga efeknya tidak lebih kuat di kalangan wanita dan laki-laki terutama wanita dan laki-laki yang lebih tua dan muda di awal tahapan pengalaman dengan teknologi.

#### Habit Moderasi Age, Gender, dan Experience

Usia, jenis kelamin, dan pengalaman tidak memoderasi efeknya kebiasaan pada niat perilaku, sehingga efek tidak lebih kuat untuk wanita dan pria yang lebih tua dan muda dengan tingkat tinggi pengalaman dengan teknologi tersebut.

Usia, jenis kelamin, dan pengalaman tidak memoderasi pengaruhnya kebiasaan pada penggunaan teknologi, sehingga efeknya tidak menjadi lebih kuat untuk wanita dan pria yang lebih tua dan muda dengan tingkat tinggi pengalaman dengan teknologi tersebut.

#### Behavioral Intention Moderasi Experience

Pengalaman tidak memoderasi efek perilaku niat penggunaan, sehingga efeknya tidak lebih kuat untuk pengguna yang kurang berpengalaman.

#### Pengolahan Data Tinder Plus

##### Model Struktural

Menggunakan seluruh variabel laten. Variabel laten dibagi menjadi dua macam yaitu variabel endogen dan variabel eksogen.

##### Model Pengukuran

Model Pengukuran Tinder Plus Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, suatu indikator dapat dinyatakan memenuhi *convergent validity* dan memiliki tingkat validitas yang tinggi ketika nilai *outer loadings* > 0,70.

##### Model Pengukuran Struktural

Tabel 25. R<sup>2</sup> Tinder Plus

Variabel Laten	R-Square
Behavioral Intention	0,144
Use Behavior	0,262

Berdasarkan tabel diatas untuk mengukur tingkat Goodness of fit suatu model struktural, sehingga dapat diketahui besar pengaruh variabel laten independen terhadap variabel laten dependen. Dikategorikan kuat >0,67, moderat >0,33, rendah >0,19. Nilai R-Square rendah berarti variabel eksogen atau variabel independen kurang mampu memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel endogen atau variabel dependen.

##### Koefisien jalur Tinder Plus

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 4 variabel laten (performance expectancy, facilitating conditions, price value dan habit)

dengan variabel endogen behavioral intention yang berpengaruh negatif dalam mempengaruhi niat perilaku pengguna. Social influence dan hedonic motivation berpengaruh positif dalam mempengaruhi niat perilaku pengguna untuk menggunakan Tinder. Variabel behavioral intention dan habit terhadap use behavior berpengaruh positif dalam mempengaruhi niat perilaku pengguna untuk menggunakan Tinder.

T-statistics Tinder Plus hubungan variabel yang memiliki pengaruh signifikan ada 3 pasang yaitu behavioral intention terhadap use behavior, facilitating conditions terhadap use behavior, dan habit terhadap use behavior (angka yang diberi warna hijau). Variabel lainnya menunjukkan T-statistic lebih kecil dari 1,96, artinya variabel eksogen berpengaruh terhadap variabel endogen namun tidak signifikan.

**Tabel 9. Q<sup>2</sup> Tinder Plus**

Variabel Laten	Q <sup>2</sup>
<i>Behavioral Intention</i>	-0,168
<i>Use Behavior</i>	-0,045

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa behavioral intention memiliki nilai q<sup>2</sup> -16,80% , menunjukkan kurang memiliki predictive relevance. Use behavior memiliki nilai q<sup>2</sup> 4,5%, menunjukkan kurang memiliki predictive relevance.

**Tabel 10. f<sup>2</sup> Tinder Plus**

Hubungan	f <sup>2</sup>
PE -> BI	0,014
SI ->BI	0,089
FC -> BI	0,003
FC -> UB	0,098
HM -> BI	0,002
PV-BI	0,039
HB -> BI	0,051
HB -> UB	0,166
BI ->UB	0,206

Berdasarkan tabel diatas Nilai f<sup>2</sup> dibagi menjadi tiga kategori yaitu lemah (0,02), moderat (0,15), dan kuat (0,35). 41 diketahui bahwa variabel performance expectancy, effort expectancy, social influence, hedonic motivation, price value, dan habit terhadap behavioral intention memiliki pengaruh lemah dalam model struktural. Facilitating conditions terhadap use behavior memiliki pengaruh lemah dalam model struktural. Habit dan behavioral intention terhadap use behavior memiliki pengaruh moderat dalam model struktural.

### Uji Validitas

Uji validitas yaitu suatu pengujian yang dilakukan untuk menguji valid atau tidaknya suatu indikator yang digunakan pada proses selanjutnya. Pengukuran pada uji validitas yaitu: Validitas konvergen

**Tabel 11. Factor Loading Tinder Plus**

Variabel Laten	Indikator	Outer Loading	Ket
<i>Performance Expectancy (PE)</i>	PE1	0,901	VALID
	PE2	0,887	VALID
	PE3	0,760	VALID
<i>Social Influence(SI)</i>	SI1	0,831	VALID
	SI2	0,986	VALID
	SI3	0,800	VALID
<i>Facilitating conditoin(FC)</i>	FC2	0,782	VALID
	FC3	0,820	VALID
	FC4	0,945	VALID
<i>Hedonic Motivation(HM)</i>	HM2	0,940	VALID
	HM3	0,888	VALID
<i>Price Value (PV)</i>	PV10	0,912	VALID
	PV13	0,877	VALID
<i>Habit(HB)</i>	HB1	0,871	VALID
	HB2	0,909	VALID
	HB3	0,883	VALID
	HB4	0,869	VALID
<i>Behavioral Intention (BI)</i>	BI2	1,000	VALID
<i>Use Behaviora (UB)</i>	UB2	1,000	VALID

Berdasarkan tabel diatas hasil uji factor loading Tinder Plus dengan indikator dan variabel dikatakan valid pada kuesioner yang diukur antara lain performance expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, price value, habit, behavioral intention, use behavior mempengaruhi niat perilaku pengguna untuk menggunakan Tinder. Suatu indikator dapat diterima apabila memiliki nilai reliabilitas indikator  $\geq 0,70$ .

### Uji Reliabilitas

**Tabel 12. Composite reliability Tinder Plus**

Variabel Laten	Composite Reliability	Keterangan
<i>Performance Expectancy (PE)</i>	0,887	Reliabel
<i>Social Influence(SI)</i>	0,907	Reliabel
<i>Facilitating Conditions (FC)</i>	0,887	Reliabel
<i>Hedonic Motivation (HM)</i>	0,911	Reliabel
<i>Price Value (PV)</i>	0,900	Reliabel
<i>Habit(HB)</i>	0,934	Reliabel
<i>Behavioral Intention (BI)</i>	0,732	Reliabel
<i>Use Behaviora (UB)</i>	0,768	Reliabel

Berdasarkan hasil perhitungan di atas menunjukkan bahwa masing-masing variabel telah memenuhi composite reliability dapat disimpulkan keseluruhan variabel memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi. Uji realibilitas dengan composite reability di atas dapat diperkuat dengan menggunakan nilai cronbach alpha. Suatu variabel dapat dinyatakan reliabel atau memenuhi cronbach alpha apabila memiliki nilai cronbach alpha  $> 0,7$ .

### Uji Moderasi Age

Nilai T-statistik hubungan antara variabel eksogen terhadap variabel endogen yang didapatkan melalui perhitungan bootstrapping variabel moderator age (umur). Hasil perhitungan dapat dilihat pada tabel 26 Nilai t-statistik signifikan, karena  $>1,96$  dengan pvalue  $<0,05$  artinya variabel mempengaruhi variabel eksogen terhadap variabel endogen secara signifikan. Jika nilai T-statistik  $<1,96$  artinya variabel mempengaruhi variabel eksogen terhadap variabel endogen namun tidak signifikan.

Uji moderasi age pada tinder plus tidak signifikan, artinya penyebaran responden yang kurang merata pada usia remaja sampai dewasa menyebabkan tidak signifikan, dan age tidak memperkuat atau memperlemah terhadap niat pengguna untuk menggunakan Tinder.

### Uji Moderasi Gender Tinder Plus

Berdasarkan hasil Uji moderasi gender (jenis kelamin) dilakukan untuk mengetahui apakah umur sebagai variabel dapat mempengaruhi variabel eksogen atau terhadap variabel endogen secara signifikan atau tidak. Signifikan dapat dilihat melalui nilai T-statistik. Jika nilai T-statistik  $>1,96$  artinya variabel mempengaruhi variabel eksogen terhadap variabel endogen secara signifikan. Jika nilai T-statistik  $<1,96$  artinya variabel mempengaruhi variabel eksogen terhadap variabel endogen namun tidak signifikan.

Hasil perhitungan T-tatistic menunjukkan bahwa gender (jenis kelamin) tidak mempengaruhi secara signifikan hubungan antara variabel facilitating conditions, habit, hedonic motivation, price value terhadap behavioral intention. Gender (jenis kelamin) juga tidak berpengaruh signifikan terhadap hubungan habit dengan use behavior. Dikatakan tidak signifikan semua, karena semua hubungan antar variabel yang dimoderasi gender (jenis kelamin) memiliki nilai T-statistik  $<1,96$ . Behavioral intention terhadap use behavior saling berpengaruh sebesar 3,348, facilitating conditions terhadap use behavior sebesar 2,209, gender terhadap use behavior sebesar 2,114 . Dikatakan berpengaruh secara signifikan karena nilai T-statistik  $<1,96$ .

Uji moderasi gender (jenis kelamin) tidak mempengaruhi secara signifikan hubungan antara variabel facilitating conditions, habit, hedonic motivation, price value terhadap behavioral intention. Kepuasan pengguna laki-laki dan perempuan dalam menggunakan Tinder terdapat perbedaan dikarenakan satu sama lain mempunyai sudut pandang yang berbeda, alhasil mempengaruhi niat perilaku pengguna dalam menggunakan Tinder. laki-laki dan perempuan memiliki keinginan dan kebutuhan yang berbeda.

### Uji Moderasi Experience

Dilakukan untuk mengetahui variabel dapat mempengaruhi variabel eksogen atau terhadap variabel endogen secara signifikan atau tidak. Signifikan dapat dilihat melalui nilai T-statistik. Jika nilai T-statistik  $>1,96$  artinya variabel mempengaruhi variabel eksogen terhadap variabel endogen secara signifikan. Jika nilai T-statistik  $<1,96$  artinya variabel mempengaruhi variabel eksogen terhadap variabel endogen namun tidak signifikan.

Hasil T-statistic menunjukkan bahwa experience (pengalaman) tidak mempengaruhi secara signifikan hubungan antara variabel facilitating conditions, hedonic motivation, price value terhadap behavioral intention. Experience (pengalaman) juga tidak berpengaruh signifikan terhadap hubungan habit dengan use behavior. Dikatakan tidak signifikan semua, karena semua hubungan antar variabel yang dimoderasi experience (pengalaman) memiliki nilai T-statistik  $<1,96$ . Behavioral intention terhadap use behavior saling berpengaruh. Dikatakan berpengaruh secara signifikan karena nilai T-statistik 3,258. Experience (pengalaman) tidak mempengaruhi secara signifikan hubungan antara variabel facilitating conditions, habit, hedonic motivation, price value terhadap behavioral intention. Artinya experience tidak memperkuat atau memperlemah terhadap niat pengguna untuk menggunakan Tinder.

### Uji Hipotesis Tinder Plus Facilitating Condotions Moderasi Age, Gender, dan Experience

Usia, jenis kelamin, dan pengalaman tidak memoderasi dari pada niat perilaku, sehingga efeknya tidak lebih kuat di antara pria yang lebih muda sampai tua di awal tahapan pengalaman dengan teknologi.

### Hedonic Motivation Moderasi Age, Gender, dan Experience

Usia, jenis kelamin, dan pengalaman tidak memoderasi efek dari motivasi hedonis pada niat perilaku, sehingga efeknya tidak lebih kuat di antara pria yang lebih muda di awal tahapan pengalaman dengan teknologi.

### Price Value Moderasi Age, Gender, dan Experience

Usia dan jenis kelamin tidak memoderasi pengaruh nilai harga niat perilaku, sehingga efeknya tidak lebih kuat di kalangan wanita dan laki-laki terutama wanita dan laki-laki yang lebih tua dan muda di awal tahapan pengalaman dengan teknologi.

### Habit Moderasi Age, Gender, dan Experience

Usia, jenis kelamin, dan pengalaman tidak memoderasi efeknya kebiasaan pada niat perilaku, sehingga efek tidak lebih kuat untuk wanita dan pria yang lebih tua dan muda dengan

tingkat tinggi pengalaman dengan teknologi tersebut.

Usia, jenis kelamin, dan pengalaman tidak memoderasi pengaruhnya kebiasaan pada penggunaan teknologi, sehingga efeknya tidak menjadi lebih kuat untuk wanita dan pria yang lebih tua dan muda dengan tingkat tinggi pengalaman dengan teknologi tersebut.

### Behavioral Intention Moderasi Experience

Pengalaman tidak memoderasi efek perilaku niat penggunaan, sehingga efeknya tidak lebih kuat untuk pengguna yang kurang berpengalaman.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa:

- (1) Faktor-faktor yang mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan Tinder secara terus menerus sesuai dengan jenis keanggotaannya (Tinder Platinum, Tinder Gold, dan Tinder Plus) dengan variabel yang ada di UTAUT 2 yaitu pada tinder platinum yang paling berpengaruh yaitu performance expectancy dan hedonic motivation.
- (2) Variabel moderasi age, gender, dan experience tidak mempengaruhi hubungan antara variabel eksogen terhadap variabel endogen terhadap ketiga Tinder premium (Platinum, Gold, dan Plus).

### UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih kepada pengguna aktif Tinder Plus, Tinder Gold, dan Tinder Platinum yang telah menyempatkan waktunya untuk mengisi survei penelitian ini. Terimakasih kepada dosen pembimbing yang telah memberikan ilmu dan waktunya demi kelancaran penelitian ini.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] DKISP "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Masyarakat," *sulsesprov.go.id*, 2022 <https://sulsesprov.go.id/welcome/post/pengaruh-media-sosial-terhadap-perilaku-masyarakat>.
- [2] Annisa, H. 2018."Pencarian jodoh melalui aplikasi Tinder Di Era Digital" [https://repository.unair.ac.id/72469/3/JURNAL\\_Fis.S.29%2018%20Her%20p.pdf](https://repository.unair.ac.id/72469/3/JURNAL_Fis.S.29%2018%20Her%20p.pdf)
- [3] WIKIPEDIA. "Tinder," 2022 *wikipedia.org* <https://id.wikipedia.org/wiki/Tinder>
- [4] P. Rizky Kevin. "Sejarah Tinder, Medium Pencarian Jodoh Online," 2022 <https://tekno.kompas.com/read/2022/04/13/18300007/sejarah-tinder-medium-pencarian-jodoh-online?page=all>
- [5] S. A. Anugerah "Tinder adalah Aplikasi Kencan, Ketahui Cara Menggunakannya," *liputan6.com*, 2022 <https://hot.liputan6.com/read/4859709/tinder-adalah-aplikasi-kencan-ketahui-cara-menggunakannya>
- [6] P Anziela, Steven Tanuwijaya, Susilowati Natakoesoemah "Analisis Motif Dan Dampak Pengguna Aplikasi Tinder Berbayar" *J.Komunikasi dan kajian media* vol.5, pp. 188 no.2 2021
- [7] Antarnews. "Tinder Sediakan Fitur Melihat Orang Yang Menyukai Profil," 2023 *antaranews.com* <https://www.antaranews.com/berita/649786/tinder-gold-sediakan-fitur-melihat-orangyang-menyukai-profil>
- [8] A. Setyo Wardani. "Langganan Fitur Premium Tinder Bisa Pakai Pulsa Telkomsel" *liputan6.com*, 2020 <https://www.liputan6.com/tekno/read/4283317/langganan-fitur-premium-tinder-bisa-pakai-pulsa-telkomsel>
- [9] R. D. Mahande, "UTAUT Model: Suatu Pendekatan Evaluasi Penerimaan E-Learning pada Program Pascasarjana," 2016.
- [10] S. Anggraini, M. H. Irfani, and S. Rahayu, "Analisis Penerimaan Sistem Informasi Akademik Dengan Menggunakan UTAUT 2 (Studi Kasus: Akademi Keperawatan Pembina Palembang)," *Jusifo*, vol. 6, no. 1, pp. 15–30, 2020, doi: 10.19109/jusifo.v6i1.5616.