



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Analisis Pengaruh Optimism, Innovativeness, dan Insecurity terhadap Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness, serta Implikasinya pada Behavioral Intention to Use; Telaah pada Konsumen E-Toll Card di Jabodetabek”.



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

(S.E.)

Nama: Alexander

NIM: 11130110022

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2017

PENGESAHAN LAPORAN SKRIPSI

Analisis Pengaruh Optimism, Innovativeness, dan Insecurity terhadap Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness, serta Implikasinya pada Behavioral Intention to Use; Telaah pada Konsumen E-Toll Card di Jabodetabek”.

Oleh

Nama : Alexander

NIM : 11130110022

Falkutas : Bisnis

Program Studi : Manajemen

Tangerang, 8 Februari 2017

Ketua Sidang

Dosen Penguji

Purnamaningsih, S.E., M.S.M.

Nosica Rizkalla, S.E., MSc.

Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi Manajemen

Anna Riana Putriya, S.E., M.Si.

Dewi Wahyu Handayani, S.E., M.M.

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya

Nama : Alexander
NIM : 11130110022
Program Studi : Bisnis

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

Analisis Pengaruh *Optimism*, *Innovativeness*, dan *Insecurity* terhadap *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness*, serta Implikasinya pada *Behavioral Intention to Use*; Telaah pada Konsumen *E-Toll Card* di Jabodetabek”.

Adalah hasil karya sendiri dan tidak melakukan plagiat. Semua kutipan karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam laporan kerja magang ini telah saya sebutkan sumber kutipan serta saya cantumkan di Daftar Pustaka. Jika dikemudian hari terbukti ditemukan kecurangan atau penyimpangan baik dalam pelaksanaan kerja magang maupun dalam penulisan laporan kerja magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan tidak lulus untuk mata kuliah kerja magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 8 Februari 2017

Alexander

ABSTRAK

Tingginya angka kemacetan di Jakarta telah menjadi persoalan yang sulit ditangani sejak 10 tahun terakhir. Banyaknya jumlah kendaraan di jalanan kota Jakarta membuat suasana semakin padat dan sesak. Pemerintah sebagai satu-satunya instansi yang memiliki tanggung jawab dan wewenang untuk mengurus segala permasalahan kota Jakarta perlu memikirkan solusi efektif yang dapat menurunkan angka kemacetan di Jakarta. Upaya yang dapat dilakukan adalah dengan mengurangi waktu pemerosesan pembayaran tol di gardu toll. Permasalahan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui minat seorang konsumen untuk melakukan sesuatu (*behavioral intention*) dipengaruhi oleh sifat dan toleransi konsumen pada beberapa hal, yaitu : optimis (*optimism*), ketidaknyamanan (*discomfort*), keinginan menjadi yang pertama sebagai pengguna (*innovativeness*), dan ketidakamanan (*insecurity*) melalui persepsi konsumen tersebut terhadap mudah atau sulitnya sebuah inovasi teknologi digunakan (*perceived ease of use*) serta manfaat yang dapat dirasakan (*perceived usefulness*) oleh mereka. Model penelitian disampaikan dengan 7 hipotesis dan diuji dengan menggunakan metode *Structural Equation Model (SEM)*. Unit sample penelitian ini adalah 125 responden yang berusia 17-44 tahun, mengendarai sendiri kendaraan mereka, membeli *e-toll card* dalam 3 bulan terakhir, namun belum melakukan pengisian ulang saldo *e-toll card*nya dan berdomisi di Jabodetabek. Sebuah Kuesioner didesain untuk mengumpulkan informasi dari para pengguna *E-Toll Card* Mandiri. Hasil penelitian mendapatkan temuan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara *optimism* terhadap *perceived ease of use*, *innovativeness* terhadap *perceived ease of use*, *insecurity* terhadap *perceived ease of use*, *perceived ease of use* terhadap *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* berpengaruh terhadap *behavioral intention*. Namun tidak ditemukan pengaruh positif atau signifikan antara *optimism* dengan *perceived usefulness*, *innovativeness* dengan *perceived usefulness*, *insecurity* dengan *perceived usefulness* dan *perceived usefulness* dengan *behavioral intention*.

Kata kunci: *Discomfort, innovativeness, optimism, insecurity, perceived ease of use, perceived usefulness, behavioral intention, E-Toll Card Mandiri*

ABSTRACT

With the high amount of traffic in Jakarta, it has Become Difficult Issues to dealt with since the last 10 years. And the massive amount of vehicles in Jakarta street making the traffic worse The government as the Sole Agencies Who has the responsibility and authority to review the city take care Any issues should be thought of Effective Solutions That Reduce the traffic problem in Jakarta. What can be done is to Reduce processing time of toll payments at toll Substation. The problem with this reasearch is how to find out people interest in doing something (Behavioral Intention) influenced by attitudes and tolerance of the consumers on several things: Optimism, Discomfort, Innovativeness, and Insecurity through the perception of the difficulty againts the use of Innovation Technology As well as the benefits that can be felt (perceived usefulness) By them. Research Model delivered with 7 hypothesis and tested using Structural Equation Model method (SEM). The study sample unit are 125 respondents aged beetwen 17-44 years, driving their own vehicles, Buying e-toll card in the last 3 months, but not doing Replenishment Balance e-toll card And stay in Jabodetabek. A questionnaire was designed to gather information from users of E-Toll Card Mandiri. Results of this findings are positive and significant relationship Between optimism against the perceived ease of use, innovation Against the perceived ease of use, insecurity Against the perceived ease of use, perceived ease of use against perceived usefulness and perceived ease of use behavioral intentions Against effect. But significant positive impact between optimism perceived usefulness, innovation with perceived usefulness, perceived insecurity with usefulness and perceived behavioral intention with usability havent been found

keyword: Discomfort, Innovativeness, Optimism, Insecurity, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Behavioral Intention, E-Toll Card Mandiri

UMN

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas rahmat dan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk menyelesaikan laporan skripsi ini dengan sebaik-baiknya dan sesuai dengan waktu yang ditentukan. Adapun tujuan dari penulisan laporan skripsi ini yaitu sebagai salah satu syarat yang harus penulis lakukan untuk menyelesaikan pendidikan pada program studi management di Universitas Multimedia Nusantara.

Penulis menyadari bahwa laporan ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, arahan, petunjuk dan saran dari semua pihak. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam menyusun laporan kerja magang ini khususnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan berkatnNya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi ini.
2. Orang Tua, Kakak serta keluarga besar yang selalu memberikan dukungan secara moral ataupun materi kepada penulis sehingga, laporan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
3. Ibu Anna Riana Putria selaku dosen pembimbing penulis yang selalu memberikan bimbingan, arahan dan dukungan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan laporan skripsi ini.
4. Ibu Dewi Wahyu Handayani, S.E., M.M. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara yang telah bersedia

memberikan persetujuan atas skripsi yang telah penulis susun bersama dosen pembimbing

5. Citra Giovani, yang membantu dalam mengajarkan kembali tata cara menggunakan *software* Amos versi 23 penulis dan terus menerus memberikan arahan dan masukan dalam menyelesaikan laporan penelitian ini
6. Renno Cantona, yang membantu penulis dalam memberikan ide implikasi manajerial
7. Nicholas kharisma, yang membantu penulis dalam memberikan masukan untuk implikasi manajerial
8. Kevi Wenza yang selalu mendukung dan menyemangatkan penulis dalam menyelesaikan skripsi
9. Immanuel Sultan D. Jaya Simanjuntak, yang membantu penulis dalam menerjemahkan jurnal penelitian
10. Albert Ramsa Limargo, yang membantu penulis dalam menerjemahkan abstrak penulis kedalam bahasa inggris dengan baik
11. Veronica Marianne dari program studi Desain Komunikasi Visual yang membantu penulis dalam mendesain kusioner dengan sangat menarik.
12. Seluruh teman-teman penulis yang senantiasa memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi ini.
13. Yang terkasih seluruh responden yang telah meluangkan waktu dan tenaganya untuk mengisi kuisisioner penelitian ini, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Batasan Penelitian	16
1.5 Manfaat Penelitian	16
1.6 Sistematika Penulisan	17
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Marketing	19
2.2 E-Marketing	19

2.3 Consumer Behavior	20
2.4 Definisi Variable	23
2.4.1 Optimism	23
2.4.2 Innovativeness	24
2.4.3 Discomfort	25
2.4.4 Insecurity	25
2.4.5 Perceived Ease of Use	26
2.4.6 Perceived Usefulness	27
2.4.7 Behavioral Intention	27
2.4.8 Pengembangan Hipotesis	28
2.4.8.1 Hubungan Optimism dengan Perceived Ease of Use	29
2.4.8.2 Hubungan Optimism dengan Perceived Usefulness	29
2.4.8.3 Hubungan Innovativeness dengan Perceived Ease of Use	30
2.4.8.4 Hubungan Innovativeness dengan Perceived Usefulness	31
2.4.8.5 Hubungan Discomfort dengan Perceived Ease of Use	32
2.4.8.6 Hubungan Discomfort dengan Perceived Usefulness	33
2.4.8.7 Hubungan Insecurity dengan Perceived Ease of Use	33
2.4.8.8 Hubungan Insecurity dengan Perceived Usefulness	34
2.4.8.9 Hubungan Perceived Ease of Use dengan Perceived Usefulness ...	35
2.4.8.10 Hubungan Perceived Ease of Use dengan Behavioral Intention	35
2.4.8.11 Hubungan Perceived Usefulness dengan Behavioral Intention	36
2.5 Model Penelitian	37
2.6 Penelitian Terdahulu	38

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	40
3.2 Desain Penelitian	40
3.3 Ruang Lingkup Penelitian	43
3.3.1 Target Population	43
3.3.2 Sampling Techniques	44
3.3.3 Sampling Size	46
3.3.4 Sampling Process	46
3.3.4.1 Sumber dan Cara Pengumpulan Data	46
3.3.4.2 Prosedur Pengumpulan Data	47
3.4 Identifikasi variable Penelitian	48
3.4.1 Variable Eksogen	48
3.4.2 Variable Endogen	48
3.4.3 Variable Teramati	49
3.5 Definisi Operasional	49
3.6 Teknik Analisis	57
3.6.1 Uji Instrumen	57
3.6.1.1 Uji Validitas	57
3.6.1.2 Uji Reabilitas	58
3.6.2 Structure Equation Modeling (SEM)	58
3.6.2.1 Variabel-Variabel Dalam SEM	59
3.6.2.2 Tahapan Prosedur SEM	59

3.6.2.3 Kecocokan Model Pengukuran	62
3.6.2.4 Kecocokan Model Struktural	63

BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Hasil Penelitian	67
4.2.1 Deskripsi Profil Responden	67
4.1.1.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
4.1.1.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	68
4.1.1.3 Profil Responden Berdasarkan Profesi Utama	69
4.1.1.4 Profil Responden Berdasarkan Domisili	70
4.1.1.5 Profil Responden Berdasarkan Ruas Tol yang Digunakan	71
4.1.1.6 Profil Responden Berdasarkan Jam Mengakses Tol	72
4.2.2 Analisis Deskriptif	73
4.1.2.1 Optimism	74
4.1.2.2 Innovativeness	76
4.1.2.3 Discomfort	78
4.1.2.4 Insecurity	80
4.1.2.5 Perceived Ease of Use	81
4.1.2.6 Perceived Usefulness	82
4.1.2.7 Behavioral Intention	83
4.2 Uji Instrumen	84
4.2.1 Uji Validitas Pre-Test	84
4.2.2 Uji Reliabilitas Pre-Test	88

4.3 Structural Equation Modeling (SEM)	90
4.3.1 Model Pengukuran	90
4.3.2 Uji Validitas	91
4.3.3 Uji Reliabilitas	94
4.4 Uji Kecocokan Model Struktural	96
4.5 Uji Hipotesis	99
4.6 Pembahasan	101
4.6.1 Hasil Uji Pengaruh Optimism Terhadap Perceived Ease of Use	101
4.6.2 Hasil Uji Pengaruh Optimism Terhadap Perceived Usefulness	102
4.6.3 Hasil Uji Pengaruh Innovativeness Terhadap Perceived Ease of Use	102
4.6.4 Hasil Uji Pengaruh Innovativeness Terhadap Perceived Usefulness ..	102
4.6.5 Hasil Uji Pengaruh Insecurity Terhadap Perceived Ease of Use	102
4.6.6 Hasil Uji Pengaruh Insecurity Terhadap Perceived Usefulness	103
4.6.7 Hasil Uji Pengaruh Perceived Ease of Use Terhadap Perceived Usefulness	103
4.6.8 Hasil Uji Pengaruh Perceived Ease of Use Terhadap Behavioral Inetention	103
4.6.9 Hasil Uji Pengaruh Perceived Usefulness Terhadap Behavioral Intention	103
4.7 Implikasi Manajerial	104
4.7.1 Upaya Meningkatkan Behavioral Intention dengan Meningkatkan Optimism	104

4.7.2 Upaya Meningkatkan Behavioral Intention dengan Meningkatkan	
Innovativeness	105
4.7.3 Upaya Meningkatkan Behavioral Intention dengan Meningkatkan	
Insecurity	106
4.7.4 Upaya meningkatkan Behavioral Intention dengan Meningkatkan	
Perceived Ease of Use	106
4.7.5 Upaya meningkatkan Behavioral Intention dengan Meningkatkan	
Perceived Usefulness.....	107
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	109
5.2 Saran	110
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan	111
5.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	112
DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN	118

UMN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Laju Pertumbuhan Pendapatan Perkapita Indonesia 2006 - 2014	1
Gambar 1.2 Pertumbuhan Penduduk Indonesia	2
Gambar 1.3 Jumlah Penduduk Di DKI Jakarta	3
Gambar 1.4 Kendaraan Di DKI Jakarta pada Akhir Tahun 2014	5
Gambar 1.5 kartu e-toll card	8
Gambar 1.6 Gerbang Gardu Tol Otomatis (GTO)	9
Gambar 2.1 A Model of Consumer Decision Making	21
Gambar 2.2 Model Penelitian	37
Gambar 3.1 Jenis-Jenis Desain Penelitian	41
Gambar 3.2 Target Population	43
Gambar 3.3 Teknik Sampling Nonprobability.....	45
Gambar 3.4 Variable Eksogen	48
Gambar 3.5 Variable Endogen	49
Gambar 3.6 Tahap-Tahap Melakukan SEM	60
Gambar 3.7 Model Pengukuran	61
Gambar 3.8 Model Struktural SEM	62
Gambar 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Gambar 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	68
Gambar 4.3 Profil Responden Berdasarkan Profesi Utama	69
Gambar 4.4 Profil Responden Berdasarkan Domisili	70

Gambar 4.5 Profil Responden Berdasarkan Ruas Tol yang Digunakan	71
Gambar 4.6 Profil Responden Berdasarkan Jam Mengakses Tol	72
Gambar 4.7 Model Pengukuran SEM	90
Gambar 4.8 Model Struktural SEM	99
Gambar 4.9 Tol Electronic	105
Gambar 4.10 Desain Kartu e-money Mandiri	106
Gambar 4.11 Pengisian Saldo e-money	107
Gambar 4.12 Pendataan Arus Transaksi secara Online	108

UMN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Perbandingan Exploratory Research dan Conclusive Research	42
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variable Penelitian	50
Tabel 3.3 Perbandingan ukuran-ukuran Goodness of Fits	64
Tabel 4.1 Kategori Mean dan Skor Interval	74
Tabel 4.2 Penilaian Responden Terhadap Variable Optimism	74
Tabel 4.3 Penilaian Responden Terhadap Variable Innovativeness	76
Tabel 4.4 Penilaian Responden Terhadap Variable Discomfort	78
Tabel 4.5 Penilaian Responden Terhadap Variabel Insecurity	80
Tabel 4.6 Penilaian Responden Terhadap Variable Perceive Ease of Use	81
Tabel 4.7 Penilaian Responden Terhadap Variable Perceived Usefulness	82
Tabel 4.8 Tabel penilaian responden Terhadap Behavioral Intention	83
Tabel 4.9 Hasil Uji Coba Validitas Pre-test	85
Tabel 4.10 Hasil Uji Coba Validitas Pre-test Setelah Eliminasi	87
Tabel 4.11 Hasil Uji coba Reliable Pre-test	88
Tabel 4.12 Tabel Uji Validitas	91
Table 4.13 Tabel Uji Validitas Setelah Eliminasi	93
Table 4.14 Tabel Uji Reliabilitas	94
Tabel 4.15 Tablei Uji Reliablits setelah di eliminasi	95
Tabel 4.16 Tabel Uji Coba Kecocokan Goodness of Fits Test	97
Table 4.17 Hasil Uji Hipotesis	100