



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 PERCEIVED EASE OF USE,  
PERCEIVED USEFULNESS, STRUCTURAL ASSURANCE,  
UBIQUITY, DAN TRUST TERHADAP USAGE INTENTION  
TELAAH PADA WEBSITE UNIPIN**



**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)**

Nama : Devvy Gunawan  
NIM : 00000011231  
Fakultas : Bisnis  
Program Studi : Manajemen

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2020**

**LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN SKRIPSI  
ANALISIS PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE, PERCEIVED USEFULNESS,  
STRUCTURAL ASSURANCE, UBIQUITY, DAN TRUST TERHADAP USAGE  
INTENTION TELAAH PADA WEBSITE UNIPIN**

Oleh:

Nama : Devvy Gunawan

NIM : 00000011231

Fakultas : Bisnis

Program Studi : Manajemen

Tangerang, 15 Juni 2020

Ketua Sidang,



(Nosica Rizkalla, S.E., M.Sc., CBO)

Penguji,



(Purnamaningsih, S.E., M.S.M)

Pembimbing,



(Trihadi Pudiawan Erhan, S.E., M.S.E.)

Ketua Program Studi Manajemen,



(Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par., M.M., CSCP)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan karena atas penyertaan-NYA skripsi dengan judul “ANALISIS PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE, PERCEIVED USEFULNESS, STRUCTURAL ASSURANCE, UBIQUITY, DAN TRUST TERHADAP USAGE INTENTION TELAAH PADA WEBSITE UNIPIN” ini dapat saya selesaikan tepat pada waktunya. Skripsi ini jauh dari kata sempurna, tetapi saya mengerjakan dengan semaksimal mungkin.

Skripsi ini dibuat untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Universitas Multimedia Nusantara. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu kelancaran dalam penulisan laporan kerja magang ini, kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan penyertaan-NYA penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
2. Bapak Trihadi Pudiawan Erhan, S.E., MSE. Selaku dosen pembimbing skripsi yang berkenan untuk membimbing, meluangkan waktu, dan mengarahkan penulis sehingga dapat menyusun skripsi hingga selesai.
3. Orang tua penulis serta saudara yang selalu memberi dukungan, doa, dan semangat sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.
4. Bapak Dr. Mohammad Annas S.Tr.Par., M.M, CSCP selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas

5. Seluruh sahabat penulis terutama Marcel, Bella, M.K yang selalu memberi motivasi, semangat, dan keceriaan selama proses penyusunan skripsi.
6. Seluruh responden yang bersedia untuk melakukan pengisian kuisioner sehingga peneliti bisa mendapatkandata dan informasi yang dibutuhkan dalam skripsi ini.
7. Seluruh Pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis mengucapkan terima kasih atas seluruh pihak yang telah mendukung selama proses penyusunan skripsi. Masih banyak kekurangan di dalam penulisan skripsi ini, oleh sebab itu saya sangat menghargai kritik dan saran dari para pembaca untuk penyempurnaan penelitian skripsi ini.

Tangerang, 15 Juni 2020



Peneliti

**LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT**

Dengan ini saya:

Nama : Devvy Gunawan

NIM : 00000011231

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "Analisis Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Structural Assurance, Ubiquity, dan Trust terhadap Usage Intention Telaah pada Website UniPin" merupakan hasil penelitian yang dibuat oleh saya sendiri dan tidak melakukan plagiat dari karya orang lain atau lembaga lain. Segala informasi yang saya dapatkan telah saya cantumkan pada daftar pustaka.

Tangerang, 15 Juni 2020

The image shows a handwritten signature in black ink over a green official stamp. The stamp contains the text "TANGGAPAN" at the top, "DEVVY GUNAWAN" in the middle, and "00000011231" at the bottom. There is also a small logo on the right side of the stamp.

Devvy Gunawan

## ABSTRAK

UniPin merupakan startup pembayaran asal Indonesia berupa website yang bertujuan untuk memudahkan gamer dalam bertransaksi dalam game online. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan hubungan dari *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *structure assurance*, dan *ubiquity* terhadap *usage intention* pelanggan dalam menggunakan website UniPin.

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan *data descriptive research* dan *cross sectional design*. Sumber data yang digunakan adalah dengan menyebarkan kuesioner secara online dan offline. Landasan teori yang digunakan adalah *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *Structural Assurance*, *Ubiquity*, *Trust* dan *Usage Intention*.

Kata Kunci: *mobile payment*, *trust*, *structural assurance*, *user adoption*.

## **ABSTRACT**

*UniPin is a payment startup from Indonesia consisting of a website intended to facilitate gamers in making transactions in online games. This research intend to analyze and explain the relationship of perceived ease of use, perceived usefulness, structure guarantees, and ubiquity of customer use intentions in using the UniPin website.*

*This research uses descriptive data collection methods and cross-sectional design. The data source used is by distributing questionnaires online and offline. The theoretical basis used is Perception of Ease of Use, Perception of Use, Structural Guarantee, Ubiquity, Trust and Intention of Use.*

*Keywords: mobile payment, trust, structural guarantee, user adoption.*



## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	iii
LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT.....	iv
ABSTRAK .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB 1.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	12
1.4 Batasan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat Penelitian .....	14
1.5.1 Manfaat Akademis .....	14
1.5.2 Manfaat Praktis .....	14
1.6 Sistematika Penulisan Skripsi.....	14
BAB II.....	17
2.1 Tujuan Pustaka .....	17
2.1.1 Website.....	17
2.1.2 Third Party Payment .....	18
2.1.3 Perceived Ease of Use.....	18
2.1.4 Perceived Usefulness .....	19
2.1.5 Structural Assurance .....	19
2.1.6 <i>Ubiquity</i> .....	20
2.1.7 Trust.....	21

2.1.8	Usage Intention .....	22
2.2	Hipotesis Penelitian .....	23
2.2.1	Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Trust</i> .....	23
2.2.2	Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Trust</i> .....	23
2.2.3	Pengaruh <i>Ease of Use</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i> .....	24
2.2.4	Pengaruh <i>Structural Assurance</i> terhadap <i>Trust</i> .....	24
2.2.5	Pengaruh <i>Ubiquity</i> terhadap <i>Trust</i> .....	25
2.2.6	Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Usage Intention</i> .....	25
2.3	Model Penelitian .....	26
2.4	Penelitian Terdahulu.....	26
BAB III.....		30
3.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	30
3.2	Jenis dan Desain Penelitian .....	30
3.2.1	Prosedur Penelitian .....	32
3.3	Ruang Lingkup Penelitian .....	33
3.3.1	Target Populasi .....	33
3.3.2	Sampling Techniques.....	34
3.3.3	Sampling Size .....	36
3.3.4	Identifikasi Variabel Penelitian.....	36
3.3.5	Metode Pengumpulan Data.....	37
3.3.6	Metode Analisis Data .....	37
3.4	Definisi Operasional Variabel .....	38
3.5	Teknik Analisis.....	44
3.5.1	Uji Instrumen .....	44
3.5.1.1	Uji Pre-test.....	44
3.5.1.2	Uji Validitas .....	44

35.13	Uji Reliabilitas .....	48
3.5.2	Metode Analisis Data dengan Struktural Equation Model .....	48
35.2.1	Kecocokan Keseluruhan Model (Overall Model Fit) .....	52
35.2.2	Kecocokan Model Pengukuran ( <i>Measurement Model Fit</i> ) 55	
3.6	Model Pengukuran .....	56
2.	Perceived Usefulness .....	57
BAB IV	.....	57
4.1	Deskripsi Hasil Penelitian .....	60
4.2	Deskripsi Profil Responden .....	60
4.2.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	60
4.2.2	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	61
4.2.3	Profil Responden Berdasarkan Domisili .....	62
4.2.4	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	62
4.3	Analisis Deskriptif.....	63
4.3.1	Perceived Ease of Use.....	64
4.3.2	Perceived Usefulness .....	65
4.3.3	Structural Assurance .....	66
4.3.4	Ubiquity .....	67
4.3.5	Trust.....	68
4.3.6	Usage Intention .....	69
4.4	Hasil Analisis Data Structural Equation Model (SEM) .....	73
4.5	Analisis Hubungan Kausal.....	84
4.6	Interpretasi Hasil .....	87
4.7	Implikasi Manajerial.....	90
BAB V	.....	94

5.1	Kesimpulan.....	94
5.2	Saran.....	96

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Internet di Indonesia .....	2
Gambar 1.2 Global Games Market 2019 .....	4
Gambar 1.3 Presentase Pemain di masing-masing Platform (2020).....	5
Gambar 1.4 Review Website UniPin .....	9
Gambar 2.1 Model Penelitian .....	26
Gambar 3.1 Logo UniPin .....	30
Gambar 3.2 Klasifikasi Dalam Riset Pemasaran.....	31
Gambar 3.3 Model Pengukuran Perceived Ease of Use .....	57
Gambar 3.4 Model Pengukuran Perceived Usefulness .....	57
Gambar 3.5 Model Pengukuran Structural Assurance.....	58
Gambar 3.6 Model Pengukuran Ubiquity .....	58
Gambar 3.7 Model Pengukuran Trust.....	59
Gambar 3.8 Model Pengukuran Usage Intention.....	59
Gambar 4.1 Presentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
Gambar 4.2 Presentase Responden Berdasarkan Usia.....	61
Gambar 4.3 Presentase Responden Berdasarkan Domisili .....	62
Gambar 4.4 Presentase Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	63
Gambar 4.5 Path Diagram Standardized Loading PEOU .....	76
Gambar 4.6 Path Diagram Standardized Loading PU .....	77
Gambar 4.7 Path Diagram Standardized Loading Structural Assurance .....	78
Gambar 4.8 Path Diagram Ubiquity .....	79
Gambar 4.9 Path Diagram Trust.....	80
Gambar 4.10 Path Diagram Usage Intention.....	81
Gambar 4.11 Model Path Diagram Standardized Solution .....	82
Gambar 4.12 Path Diagram T-Value.....	84

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	26
Tabel 3.1 Tabel Operation.....	39
Tabel 3.2 Perbandingan Ukuran Goodness of Fit Absolute Fit Measure.....	53
Tabel 3.3 Perbandingan Ukuran Goodness of Fit Incremental Fit Measure.....	54
Tabel 3.4 Perbandingan Ukuran Goodness of Fit Parsimonius Fit Measure.....	55
Tabel 4.1 Inteval Kelas.....	64
Tabel 4.2 Penelitian Responden Terhadap Variabel Perceived Ease of Use.....	64
Tabel 4.3 Penelitian Responden terhadap Variabel Perceived Usefulness .....	65
Tabel 4.4 Penilaian Responden terhadap Variabel Structural Assurance .....	66
Tabel 4.5 Penilaian Responden terhadap Variabel Ubiquity.....	67
Tabel 4.6 Penilaian Responden terhadap Variabel Trust .....	68
Tabel 4.7 Penilaian Responden terhadap Variabel Usage Intention.....	69
Tabel 4.8 Uji Validitas Pre-test.....	71
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas.....	72
Tabel 4.10 Hasil Analisi Model Absolute Fit Measure .....	73
Tabel 4.11 Hasil Analisi Model Incremental Fit .....	74
Tabel 4.12 Hasil Analisi Model Parsimonius Measure .....	74
Tabel 4.13 Analisi Reabilitas Variabel PEOU .....	76
Tabel 4.14 Analisi Reabilitas Variabel PU .....	77
Tabel 4.15 Analisis Reabilitas Variabel Stuctural Assurance.....	78
Tabel 4.16 Analisis Reabilitas Variabel Ubiquity .....	79
Tabel 4.17 Analisis Reabilitas Variabel Trust.....	80
Tabel 4.18 Analisis Reabilitas Variabel Usage .....	81
Tabel 4.19 Uji Validitas Measurement.....	82
Tabel 4.20 Hasil Analisis Struktural Model.....	85