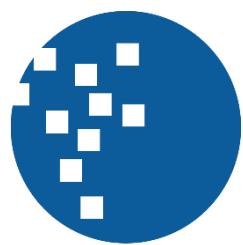


**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI NIAT MENGGUNAKAN
APLIKASI PENGANTARAN DAN
TRANSPORTASI: STUDI PADA
APLIKASI INDRIVER**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

**Fransisca Marcella Monique
00000027261**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2023**

PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT MENGGUNAKAN APLIKASI PENGANTARAN DAN TRANSPORTASI: STUDI PADA APLIKASI INDRIVER



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi

Fransisca Marcella Monique
00000027261

**UNIVERSITAS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2023**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Francisca Marcella Monique

Nomor Induk Mahasiswa 00000027261

Program studi : Manajemen

Skripsi dengan judul:

PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT MENGGUNAKAN

APLIKASI PENGANTARAN DAN TRANSPORTASI : STUDI PADA APLIKASI INDRIVER

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 16 Juni 2023



Francisca Marcella Monique

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
NIAT MENGGUNAKAN APLIKASI PENGANTAR DAN TRANSPORTASI :**

STUDI PADA APLIKASI INDRIVER

Oleh
Nama : Fransisca Marcella Monique
NIM : 00000027261
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 16 Juni 2023

Pembimbing Satu

Pembimbing Dua


Purnamainingsih, S.E., M.S.M.
032304780


Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A.
0314047401

Ketua Program Studi Manajemen

**UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA**

Purnamainingsih, S.E., M.S.M.

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT MENGGUNAKAN APLIKASI PENGANTAR DAN TRANSPORTASI : STUDI PADA APLIKASI INDRIVER

Oleh

Nama : Fransisca Marcella Monique
NIM : 00000027261
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi

Telah diujikan pada hari Selasa, 20 Juni 2023

Pukul 16.30 s.d 18.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan pengaji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Nosica Rizkalla, S.E., M.Sc.
0320089001

Pembimbing Satu

Purnamaningsih, S.E., M.S.M.
032304780

Pengaji

Elissa Dwi Lestari, S.Sos., M.S.M.
0306088501

Pembimbing Dua

Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A.
0314047401

06-07-2023

Ketua Program Studi Manajemen

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

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas Academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fransisca Marcella Monique
NIM 00000027261
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Jenis Karya : *Tesis/Skripsi/Tugas Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul.

PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT MENGGUNAKAN APLIKASI PENGANTARAN DAN TRANSPORTASI: STUDI PADA APLIKASI INDRIVER

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 16 Juni 2023

Yang menyatakan,



Fransisca Marcella Monique

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus karena rahmat dan karunia-Nya yang sungguh besar atas penulis sehingga penulis dapat menyusun Laporan Skripsi dengan baik dan sesuai dengan tenggat waktu pengumpulan Laporan Skripsi dengan judul "*Persepsi konsumen terhadap faktor yang mempengaruhi niat menggunakan aplikasi pengantaran dan transportasi : studi pada aplikasi InDriver*". Laporan Skripsi ini dibuat untuk memenuhi tanggung jawab dalam menyelesaikan mata kuliah Thesis selama 4 bulan dengan bobot 6 SKS, dan sebagai salah satu syarat kelulusan pendidikan Strata 1 (S1) Program Studi Manajemen diUniversitas Multimedia Nusantara.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak yang terlibat dalam membantu serta memberi banyak bantuan, doa, dukungan, dan motivasi, serta bimbingan yang luar biasa hingga laporan ini dapat selesai dengan baik. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Ninok Leksono, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Purnamaningsih, S.E., M.S.M., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Purnamaningsih, S.E., M.S.M., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.

5. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., sebagai Pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
6. Kepada kedua orang tua dan saudara kandung yang sudah mendukung dan memotivasi penulis selama proses praktik kerja magang dalam berbagai bentuk dorongan moral dan semangat, doa, dan dukungan informasi hingga proses penyusunan laporan magang.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada seluruh pihak yang disebut telah menemani, menghibur, dan membantu dalam setiap proses pelaksanaan Laporan Skripsi sampai dengan selesai. Penulis sadar bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan Laporan Skripsi ini, oleh karena itu penulis menerima setiap kritikan dan saran atas penelitian ini. Akhir kata dari penulis, semoga Laporan Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca mengenai aktivitas yang dilakukan oleh penulis.

Tangerang, 16 Juni 2023



Fransisca Marcella Monique

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
NIAT MENGGUNAKAN APLIKASI PENGANTARAN DAN TRANSPORTASI :
STUDI PADA APLIKASI INDRIVER**

Fransisca Marcella Monique

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi konsumen terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi niat mereka dalam menggunakan aplikasi pengantaran dan transportasi, dengan fokus pada aplikasi Indriver. Faktor-faktor yang diteliti meliputi Perceived Convenience, Facilitating Conditions, Social Influence dan Price Value. Pada penelitian ini metode yang digunakan melalui survei terhadap pengguna aktif Indriver, jumlah sampel pada penelitian ini berjumlah 117 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan aplikasi Indriver. Kecepatan pengantaran, keandalan pengemudi, dan kemudahan penggunaan aplikasi secara positif mempengaruhi niat konsumen. Selain itu, harga yang kompetitif dan adanya promosi atau diskon dalam aplikasi juga memiliki dampak positif terhadap niat penggunaan.

Kepercayaan konsumen terhadap keamanan dan privasi dalam menggunakan aplikasi Indriver juga terbukti mempengaruhi niat penggunaan. Faktor ini mencakup perlindungan data pribadi dan kepercayaan terhadap integritas pengemudi. Selanjutnya, reputasi Indriver sebagai platform pengantaran dan transportasi yang terpercaya dan berkualitas juga memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan.

Berdasarkan temuan penelitian ini, disarankan kepada Indriver untuk terus meningkatkan kualitas layanan mereka, termasuk kecepatan pengantaran, keandalan pengemudi, dan antarmuka pengguna yang mudah digunakan. Penetapan harga yang kompetitif dan strategi promosi yang menarik juga perlu dipertimbangkan. Selain itu, penting bagi Indriver untuk menjaga kepercayaan konsumen dengan memastikan keamanan data pribadi dan memperkuat reputasi mereka sebagai platform pengantaran dan transportasi yang terpercaya.

Kata kunci : Persepsi konsumen, niat penggunaan, aplikasi pengantaran dan transportasi, Indriver, kualitas layanan, harga, kepercayaan, reputasi.

**UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA**

CONSUMER PERCEPTION OF FACTORS AFFECTING THE INTENTION TO USE DELIVERY AND TRANSPORTATION APPLICATIONS: STUDY ON INDRIVER APPLICATIONS

Fransisca Marcella Monique

ABSTRACT (English)

This study aims to analyze consumer perceptions of the factors that influence their intention to use delivery and transportation applications, with a focus on the Indriver application. Factors studied include perceived desirability, facilitating conditions, social influence, and price value. In this study, the method used was a survey of active Indriver users. The number of samples in this study amounted to 117 respondents. primary data was collected and analyzed using the multiple regression method. The results of this study indicate that service quality has a significant influence on the intention to use the Indriver application. Delivery speed, driver reliability, and app ease of use positively influence consumer intentions. In addition, competitive prices and in-app promotions or discounts also have a positive impact on usage intentions.

Consumer trust in security and privacy when using the Indriver application has also been shown to influence usage intentions. This factor includes protection of personal data and confidence in the integrity of the driver. Furthermore, Indriver's reputation as a trusted and quality delivery and transportation platform also has a significant influence on usage intentions.

Based on the findings of this research, it is suggested to Indriver to continuously improve the quality of their service, including delivery speed, driver reliability, and easy-to-use user interface. Competitive pricing and attractive promotional strategies also need to be considered. In addition, it is important for Indriver to maintain consumer trust by ensuring the security of personal data and strengthening their reputation as a trusted delivery and transportation platform.

Keywords : *Consumer perception, usage intention, delivery and transportation application, Indriver, service quality, price, trust, reputation.*

**UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA**

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASIS.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Batasan Penelitian	7
1.6 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Tinjauan Teori	9
2.1.1 Marketing	9
2.1.2 InDriver.....	10
2.1.3 Perceived convenience	11
2.1.4 Facilitating conditions	11

2.1.5	Social influence.....	12
2.1.6	Price Value.....	13
2.1.7	Intention to use the InDriver Application.....	13
2.2	Hipotesis Penelitian.....	14
2.2.1	Pengaruh positif Perceived convenience terhadap intention to use the Indriver Application	14
2.2.2	Pengaruh positif Facilitation conditions terhadap intention to use the Indriver Application.....	15
2.2.3	Pengaruh positif Social Influence terhadap intention to use the Indriver Application	15
2.2.4	Pengaruh positif Price Value terhadap intention to use the Indriver Application	16
2.3	Model Penelitian.....	17
2.4	Penelitian Terdahulu	17
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN.....	20
3.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	20
3.1.1	InDriver.....	20
3.2	Desain Penelitian.....	21
3.2.1	Jenis Penelitian.....	21
3.2.2	Research Data.....	24
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian.....	25
3.3.1	Target populasi dan <i>Sampling unit</i>	25
3.3.2	Sampling Frame	26
3.3.3	Sampling Techniques	26
3.3.4	Sampling Size	28
3.4	Prosedur Penelitian.....	29
3.4.1	Periode Penelitian.....	29
3.4.2	Pengumpulan data	29
3.5	Identifikasi Variabel Penelitian	30
3.5.1	Variabel Independen	30

3.5.2	Variabel Dependen	30
3.6	Operasional Variabel	30
3.7	Teknik Pengolahan Analisis Data.....	35
3.7.1	Uji Instrumental	35
3.7.2	Uji Asumsi Klasik	37
3.7.3	Uji Model.....	42
3.7.4	Uji Hipotesis.....	42
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1	Karakteristik Responden.....	45
4.2	Profile Responden.....	45
4.2.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
4.2.2	Profil Responden Berdasarkan Domisili	46
4.2.3	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
4.2.4	Profil Responden Berdasarkan Anggaran dalam menggunakan Transportasi Online dalam Kurun waktu 1 Bulan.....	48
4.3	Analisis Deskriptif	49
4.3.1	Perceived Convenience.....	50
4.3.2	Facilitating Conditions.....	51
4.3.3	Social Influence	53
4.3.4	Price Value.....	54
4.3.5	Intention to use the InDriver Application.....	56
4.4	Uji Instrumen	57
4.4.1	Uji Validasi	57
4.5	Uji Asumsi Klasik	60
4.5.1	Uji Multikolinieritas	60
4.5.2	Uji Heteroskedastisitas.....	61
4.5.3	Uji Normalitas	62
4.6	Uji Model.....	65
4.6.1	Koefisien Determinasi (R^2)	65

4.7	Uji Hipotesis.....	65
4.7.1	Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....	65
4.7.2	Uji Signifikansi Parameter Individual(Uji Statistik t)	66
4.7.3	Uji Regresi Linear Berganda	69
4.8	Pembahasan.....	70
4.8.1	Pengaruh Perceived Convenience terhadap Intention to use the InDriver Application.....	70
4.8.2	Pengaruh Facilitating conditions terhadap Intention to use the InDriver Application.....	71
4.8.3	Pengaruh Social Influence terhadap Intention to use the InDriver Application	72
4.8.4	Pengaruh Price Value terhadap Intention to use the InDriver Application	73
4.9	Implikasi Manajerial.....	74
4.9.1	Upaya dalam Meningkatkan Pengaruh Perceived Convenience terhadap Intention to use the InDriver Application	74
4.9.2	Upaya dalam Meningkatkan Pengaruh Facilitating conditions terhadap Intention to use the InDriver Application.....	76
4.9.3	Upaya dalam Meningkatkan Pengaruh Social Influence terhadap Intention to use the InDriver Application.....	78
4.9.4	Upaya dalam Meningkatkan Pengaruh Price Value terhadap Intention to use the InDriver Application.....	80
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	83
5.1	Kesimpulan.....	83
5.2	Saran.....	83

5.2.1 Saran Bagi Perusahaan	83
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	84
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	91



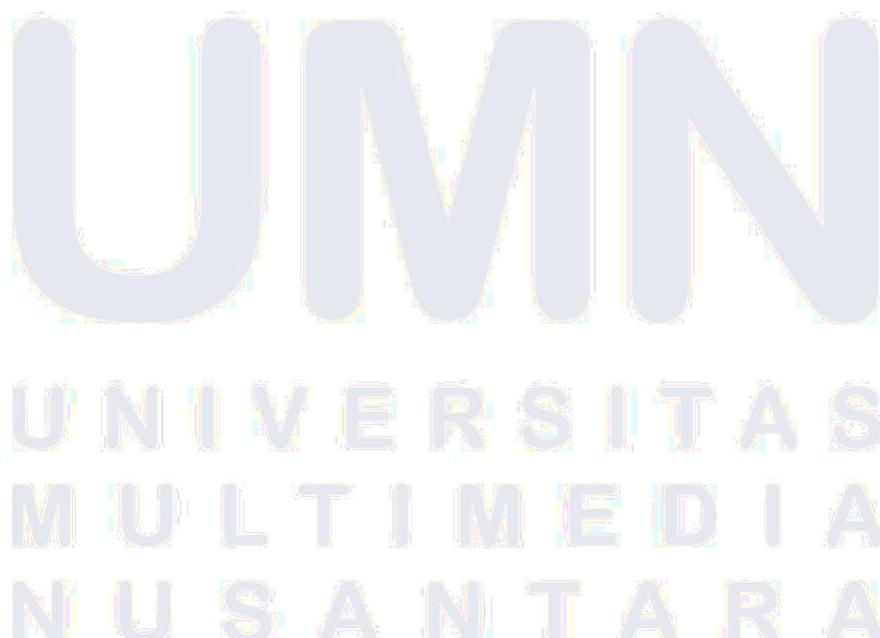
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3.1	Tabel Definisi Operasional Variabel	30
Tabel 3.2	Tabel Ukuran Validasi dan Nilai Disyaratkan.....	36
Tabel 4.1	Kategori Penilaian Responden.....	49
Tabel 4.2	Perceived Convenience	50
Tabel 4.3	Facilitating Conditions.....	51
Tabel 4.4	Social Influence.....	53
Tabel 4.5	Price Value	54
Tabel 4.6	Intention to use the InDriver Application	56
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas.....	57
Tabel 4.8	Uji Reliabilitas	58
Tabel 4.9	Hasil Uji Multikolinearitas pada Variabel <i>Perceived Convenience, Facilitating Conditions, Social Influence, Price Value</i>	60
Tabel 4.10	Hasil Uji Heteroskedastisitas	61
Tabel 4.11	Hasil Uji Normalitas Menggunakan Kolmogorov-Smirnov dengan Pendekatan Monte Carlo	64
Tabel 4.12	Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....	65
Tabel 4.13	Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik t).....	66
Tabel 4.14	Uji Regresi Linear Berganda	69

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Penelitian.....	17
Gambar 3.1	Logo Indriver.....	20
Gambar 3.2	Klasifikasi Research Design.....	21
Gambar 4.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Gambar 4.2	Profil Responden Berdasarkan Domisili.....	46
Gambar 4.3	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
Gambar 4.4	Profil Responden Berdasarkan Anggaran dalam menggunakan Transportasi Online dalam Kurun waktu 1 Bulan.....	48
Gambar 4.5	Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Scatterplot.....	62
Gambar 4.6	Hasil Uji Normalitas Menggunakan Grafik Histogram.....	63
Gambar 4.7	Hasil Uji Normalitas Menggunakan Normal P-Plot of Regression Standardized Residual.....	63
Gambar 4.8	Hail Uji Model pada <i>Variabel Perceived Convenience, Facilitating Conditions, Social Influence, Price Value, Intention to use the InDriver Applications</i>	65



DAFTAR LAMPIRAN

1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	91
2. Hasil Uji Regresi Berganda.....	95
3. Hasil Cek Turnitin.....	102
4. Jurnal Utama	103

