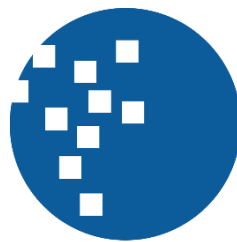


***Pengaruh Price, Time Convenience, Shopping Security, Delivery,  
Post-sale Service, terhadap Intention to Shop Using Mobile  
Shopping E-Groceries Astro dengan Attitude Toward  
Mobile Shopping sebagai Mediasi.***



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Skripsi

**David Klementius**

**00000044333**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2024**

***Pengaruh Price, Time Convenience, Shopping Security, Delivery,  
Post-sale Service, terhadap Intention to shop using mobile  
shopping E-Groceries Astro dengan Attitude Toward  
Mobile Shopping sebagai Mediasi.***



Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Manajemen (S.M)

**David Klementius**

**00000044333**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2024**

## HALAMAN HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : David Klementius

Nomor Induk Mahasiswa **00000044333**

Program Studi : Management

Skripsi ini dengan berjudul:

“Pengaruh *Price, Time Convenience, Shopping Security, Delivery, Post-sale Service*, terhadap *Intention to shop using mobile shopping E-Groceries* Astro dengan *Attitude Toward Mobile Shopping* sebagai Mediasi” adalah merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis dengan orang lain, dan segala sumber kutipan maupun rujukan telah saya nyatakan dengan benar serta telah tercantum di Daftar Pustaka

Jika dikemudian hari terdapat dan terbukti ditemukan adanya kecurangan atau penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 08 May 2024



(David Klementius)

## HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

***Pengaruh Price, Time Convenience, Shopping Security, Delivery, Post-sale Service, terhadap Intention to shop using mobile shopping E-Groceries Astro dengan Attitude Toward Mobile Shopping sebagai Mediasi.***

Oleh

Nama : David Klementius

NIM : 00000044333

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah Disetujui untuk Dipresentasikan pada Sidang Ujian Skripsi

di Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 9 Mei 2024

Pembimbing

Ketua Program Studi Manajemen



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

(0320089001)



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

(0323047801)

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Dengan Judul:

***Pengaruh Price, Time Convenience, Shopping Security, Delivery,  
Post-sale Service, terhadap Intention to shop using mobile  
shopping E-Groceries Astro dengan Attitude Toward  
Mobile Shopping sebagai Mediasi***

Oleh

Full Name : David Klementius

Student ID : 00000044333

Study Program : Manajemen

Faculty : Bisnis

Telah diujikan pada hari Rabu, 22 Juni 2024

Pukul 12.30 s.d 14.00, dan telah dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut:

Ketua Sidang

Penguji



Purnamaningsih, S.E., M.S.M  
(0323047801)



Dr. Wanda Gema Prasadio Akbar Hidayat,  
S.M.B., M.M.  
(0705069103)

Pembimbing

Ketua Program Studi Manajemen



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



Purnamaningsih, S.E., M.S.M  
(0323047801)

## LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : David Klementius  
NIM : 00000044333  
Program Studi : Manajemen  
Jenjang : S1  
Judul Karya Ilmiah : Pengaruh *Price, Time Convenience, Shopping Security, Delivery, Post-sale Service*, terhadap *Intention to shop using mobile shopping E-Groceries Astro* dengan *Attitude Toward Mobile Shopping* sebagai Mediasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- ✓ Memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya di repositori Knowledge Center, sehingga dapat diakses oleh Civitas Akademika/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial dan saya juga tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Saya tidak bersedia, dikarenakan:

- Dalam proses pengajuan untuk diterbitkan ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*)\*\*

Tangerang, 29 Mei 2024



(David Klementius)

\*\* Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI selama 6 bulan kedepan, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

## KATA PENGANTAR

Segala puja dan puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat, berkah dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan terkait penelitian tugas akhir ini yang berjudul “Pengaruh *Price, Time Convenience, Shopping Security, Delivery, Post-sale Service*, terhadap *Intention to shop using mobile shopping E-Groceries Astro* dengan *Attitude Toward Mobile Shopping* sebagai Mediasi” dengan baik dan tepat waktu sesuai dengan yang telah di tentukkan. Dalam hal ini penulis menyelesaikan tugas akhir untuk menjadi syarat satu diantara lainnya dalam meraih Pendidikan Strata 1 (S1) Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen di Universitas Multimedia Nusantara.

Dalam melakukan penyusunan tugas akhir ini penulis mendapatkan manfaat bagi akademis maupun praktis kepada orang lain termasuk mahasiswa terkait pembelajaran pendidikan sumber daya manusia untuk lebih mengetahui peran apa saja yang berada dalam perusahaan bagi sumber daya manusia. Sehingga dalam melakukan penyusunan laporan tugas akhir ini penulis mendapatkan beberapa dukungan dari berbagai pihak dan ingin menyampaikan beberapa ucapan terimakasih kepada pihak yang bersangkutan:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A., sebagai Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ibu Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., sebagai Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M sebagai Ketua Prodi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Nosica Rizkalla, S.E., M.Sc., sebagai Dosen Pembimbing yang telah senantiasa membantu dalam mengarahkan dan bimbingan penuh selama pengerjaan tugas akhir.

5. Kedua orang tua dan keluarga besar yang telah memberikan dukungan serta motivasi yang besar bagi penulis dalam menyelesaikan penyusunan tugas akhir dalam penelitian ini.
6. Teman-teman saya, yang tidak dapat saya sebutkan namanya satu persatu atas dukungan dan bantuan penuh selama proses pengerjaan tugas akhir ini.

Penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang terlibat dalam proses pengerjaan tugas akhir ini. Penulis menyadari bahwa laporan tugas akhir ini masih belum dikatakan sempurna karena masih banyak nya kekurangan yang disebabkan oleh beberapa faktor penulis. Penulis berharap diberikan kritik dan saran yang membangun agar penulis dapat membuat tugas akhir yang lebih baik lagi untuk kedepannya.

Tangerang, 09 May 2024



(David Klementius)

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



**Pengaruh *Price, Time Convenience, Shopping Security, Delivery, Post-sale Service*, terhadap *Intention to shop using mobile shopping E-Groceries Astro* dengan *Attitude Toward Mobile Shopping* sebagai Mediasi**

(David Klementius)

**ABSTRAK**

Perkembangan teknologi memang diakui terus berlanjut sejak awal pengenalan terhadap era digital tahun 1990 akhir, hingga saat ini pada tahun 2024. Pada saat pandemi Covid-19, harus diakui memang banyak sekali kebutuhan yang berubah. Karena adanya kebutuhan terhadap belanja online pada masa pandemi, Astro hadir dan menjadi salah satu pilihan yang dapat digunakan masyarakat ketika masa pandemi. Pada tahun 2022 Astro mengalami peningkatan pengguna hingga 1 juta pengguna, pertumbuhan yang dialami dapat dikatakan karena faktor pembatasan dalam beraktivitas luar ruangan. Namun apakah pertumbuhannya dapat terus meningkat pasca pandemi seperti pada tahun ini? Berdasarkan itu dan temuan lapangan yang didapatkan penelitian ini dilakukan. Dengan metode kuantitatif dan menerapkan non-probability sampling, penelitian ini menganalisis pengaruh *Price, Time Convenience, Shopping Security, Delivery, dan Post-sale Service*; terhadap Minat menggunakan aplikasi Astro dengan mediasi *Attitude Toward Mobile Shopping*.

**Kata kunci:** *Electronic Groceries (E-Groceries)*, Faktor pendukung *Intention to Use Shopping Mobile App, Shopping Mobile App, Attitude Toward Mobile Phone*.

***Pengaruh Price, Time Convenience, Shopping Security, Delivery,  
Post-sale Service, terhadap Intention to shop using mobile  
shopping E-Groceries Astro dengan Attitude Toward  
Mobile Shopping sebagai Mediasi***

David Klementius

**ABSTRACT**

*It is acknowledged that technological developments have continued since the introduction of the digital era in the late 1990s, until now in 2024. During the Covid-19 pandemic, it must be acknowledged that many needs have changed. Due to the need for online shopping during the pandemic, Astro is here and is one of the options that people can use during the pandemic. In 2022, Astro will experience an increase in users of up to 1 million users. The growth experienced can be said to be due to restrictions on outdoor activities. However, can growth continue to increase after the pandemic like this year? Based on that and the field findings obtained, this research was carried out. Using quantitative methods and applying non-probability sampling, this research analyzes the influence of Price, Time Convenience, Shopping Security, Delivery, and Post-sale Service; regarding interest in using the Astro application with the mediation of Attitude Toward Mobile Shopping.*

***Keywords:*** *Electronic Groceries (E-Groceries), Intention to Use Shopping Mobile App Increasing Factor, Shopping Mobile App, Attitude Toward Mobile Phone.*

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR ISI

<b>SAMPUL</b>	<b>1</b>
<b>JUDUL</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I LATAR BELAKANG</b>	<b>1</b>
1.1 <i>Latar Belakang</i>	1
1.2 <i>Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian</i>	9
1.3 <i>Tujuan Penelitian</i>	13
1.4 <i>Manfaat Penelitian</i>	13
1.4.1 <i>Manfaat Akademis</i>	13
1.4.2 <i>Manfaat Praktis</i>	14
1.4.3 <i>Manfaat Peneliti</i>	14
1.5 <i>Batasan Penelitian</i>	14
1.6 <i>Sistematika Penulisan</i>	15
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	<b>17</b>
2.1 <i>Tinjauan Teori</i>	17
2.1.1 <i>Quick commerce</i>	17
2.1.2 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	17
2.1.3 <i>Price</i>	19
2.1.4 <i>Time Convenience</i>	20
2.1.5 <i>Shopping Security</i>	21
2.1.6 <i>Delivery</i>	22
2.1.7 <i>Post-sale Service</i>	23

2.1.8	Attitude Toward Mobile Shopping	24
2.1.9	Intention to Shop Using a Mobile App	25
2.2	<i>Model Penelitian</i>	26
2.3	<i>Hipotesis</i>	27
2.3.1	Price kepada Attitude Toward Mobile Shopping	27
2.3.2	Time Convenience kepada Attitude Toward Mobile Shopping	28
2.3.3	Shopping Security kepada Attitude Toward Mobile Shopping	28
2.3.4	Delivery kepada Attitude Toward Mobile Shopping	29
2.3.5	Post-sale Service kepada Attitude Toward Mobile Shopping	29
2.3.6	Attitude Toward Mobile Shopping kepada Intention to Shop Using a Mobile App	30
2.4	<i>Penelitian Terdahulu</i>	30
<b>BAB III RISET METODOLOGI</b>		<b>34</b>
3.1	<i>Gambaran Umum Objek Penelitian</i>	34
3.1.1	Layanan yang disediakan Astro	34
3.1.2	Produk yang ditawarkan Astro	36
3.2	<i>Desain Penelitian</i>	36
3.2.1	Jenis Penelitian	37
3.2.2	Research Data	39
3.1	<i>Ruang Lingkup Penelitian</i>	40
3.2.3	Mendefinisikan Target Populasi	40
3.2.4	Menentukan Sampling Frame	42
3.2.5	Menentukan Sampling Size	42
3.3	<i>Teknik pengumpulan data</i>	43
3.4	<i>Prosedur Penelitian</i>	45
3.4.1	Periode Penelitian	45
3.4.2	Pengumpulan Data	45
3.5	<i>Identifikasi Variabel Penelitian</i>	46
3.5.1	Variabel Independen	46
3.5.2	Variabel Dependen	46
3.5.3	Variabel Mediasi	47
3.6	<i>Oprasionalisasi Variabel Penelitian</i>	47
3.7	<i>Teknik Pengujian Data</i>	54
3.7.1	Pre-test Analizing	54
3.7.2	Measurement (outer) Models Analyzing	56
3.8	<i>Hypothesis Testing</i>	57
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b>		<b>60</b>

4.1	<i>Deskripsi Hasil Penelitian</i>	60
4.2	<i>Karakteristik Responden Main-test</i>	60
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usi	60
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	61
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	62
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan	63
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Biaya belanja selama 1 bulan	64
4.2.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Kategori Barang yang Dibeli Online	65
4.3	<i>Analisis Deskriptif</i>	66
4.3.1	<i>Price (PR)</i>	67
4.3.2	<i>Time Convenience (TC)</i>	68
4.3.3	<i>Shopping Security (SS)</i>	70
4.3.4	<i>Delivery (DL)</i>	71
4.3.5	<i>Post-sale Service (PS)</i>	73
4.3.6	<i>Attitude Toward Mobile Shopping (ATT)</i>	75
4.3.7	<i>Intention to Shop Using a Mobile App (INT)</i>	76
4.4	<i>Uji Instrument Pre-test</i>	78
4.4.1	Uji Validitas <i>Pre-test</i>	78
4.4.2	Uji Reabilitas <i>Pre-test</i>	80
4.4	<i>Uji Instrumen Main-test</i>	81
4.4.3	Uji Measurement Model (outer Model)	81
4.4.4	Uji Structural Model (Inner Model)	85
4.5	<i>Uji Hipotesis</i>	87
4.5.1	Hipotesis 1	87
4.5.2	Hipotesis 2	87
4.5.3	Hipotesis 3	88
4.5.4	Hipotesis 4	88
4.5.5	Hipotesis 5	89
4.5.6	Hipotesis 6	89
4.6	<i>Intrepeasi Hasil Penelitian</i>	90
4.6.1	Pengaruh Price terhadap <i>Attitude Toward Mobile Shopping</i>	90
4.6.2	Pengaruh <i>Time Convenience</i> terhadap <i>Attitude Toward Mobile Shopping</i>	91
4.6.3	Pengaruh <i>Shopping Security</i> Terhadap <i>Attitude Toward Mobile Shopping</i>	92
4.6.4	Pengaruh <i>Delivery</i> Terhadap <i>Attitude Toward Mobile Shopping</i>	92
4.6.5	Pengaruh <i>Post Sale Service</i> terhadap <i>Attitude Toward Mobile Shopping</i>	93
4.6.6	Pengaruh <i>Attitude Toward Mobile Shopping</i> terhadap <i>Intention to Shop Using a Mobile App Astro</i> .	94
4.7	<i>Implikasi Manajerial</i>	95

4.7.1	Upaya Dalam Menguatkan Efek <i>Price</i>	95
4.7.2	Upaya Dalam Menguatkan Efek <i>Time Convenience</i>	95
4.7.3	Upaya Dalam Menguatkan Efek <i>Delivery</i>	96
4.7.4	Upaya Dalam Menguatkan Efek <i>Post-sale Service</i>	97
4.7.5	Upaya Dalam Menguatkan Efek <i>Attitude Toward Mobile Shopping</i>	98
4.7.6	Upaya dalam Menguatkan Efek <i>Intention to Using Mobile App Astro</i> .	
	<b>Error! Bookmark not defined.</b>	
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>100</b>
5.1	Kesimpulan	100
5.2	Saran	101
5.2.1	Saran Untuk Perusahaan	101
5.2.2	Saran untuk Penelitian Selanjutnya	102
	<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>103</b>
	<b>LAMPIRAN LAMPIRAN</b>	<b>110</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tabel merek layanan quick-commerce di Indonesia dengan aplikasi tersendiri .....	6
Tabel 1. 2 Tabel Tabel merek layanan quick-commerce di Indonesia dengan supper apps .....	8
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 3. 1 Tabel Oprasionalisasi Variabel.....	48
Tabel 3. 2 Syarat Lulus Uji Validitas dan Reabilitas (Pre-Test SPSS).....	55
Tabel 4. 1 Tabel Skala Interval Deskriptif.....	66
Tabel 4. 2 Data analisis responden terhadap variabel Price .....	67
Tabel 4. 3 Data analisis responden terhadap variabel Time Convenience ....	69
Tabel 4. 4 Data analisis responden terhadap variabel Shopping Security.....	70
Tabel 4. 5 Data analisis responden terhadap variabel Delivery.....	71
Tabel 4. 6 Data analisis responden terhadap variabel Post-sale Service .....	73
Tabel 4. 7 Data analisis responden terhadap variabel Attitude Toward Mobile Shopping .....	75
Tabel 4. 8 Data analisis responden terhadap variabel Intention to Use .....	76
Tabel 4. 9 Hasil Uji Pre-test Validitas .....	79
Tabel 4. 10 Hasil Uji Pre-test Reabilitas .....	80
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reabilitas dan Validitas Main-Test .....	82
Tabel 4. 12 Hasil Uji Cross Loading dengan SmartPLS .....	84
Tabel 4. 13 Hasil uji Fornel-Lacker Criation dengan SmartPLS.....	85
Tabel 4. 14 Hasil analisis R2 SmartPLS.....	86
Tabel 4. 15 Hasil analisis Boothstraping SmartPLS .....	86



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data pengguna internet di Indonesia per januari 2024 .....	1
Gambar 1. 2 Persentase Penduduk Usia 5 Tahun ke Atas yang Pernah Mengakses Internet* Berdasarkan Kelompok Umur (2022) .....	2
Gambar 1. 3 Aplikasi/website paling sering digunakan di Internet 2023 .....	3
Gambar 1. 4 Jenis barang paling banyak dibeli saat belanja online di tahun 2023.....	4
Gambar 1. 5 Data 10 Quick commerce paling banyak diminati di Indonesia .....	59
Gambar 2. 1 Model Penelitian TAM (Davis, 1989).....	18
Gambar 2. 2 Model Penelitian .....	27
Gambar 3. 1 Logo Astro .....	34
Gambar 3. 2Layanan Unggulan Astro .....	35
Gambar 3. 3 Produk-produk Astro .....	36
Gambar 3. 4 Klasifikasi Research Design.....	37
Gambar 3. 5 sampling design process .....	40
Gambar 3. 6 Model Uji Data menggunakan SmartPLS (PLS-SEM).....	54
Gambar 3. 7 Model Uji Data menggunakan SmartPLS (PLS-SEM).....	57
Gambar 4. 1 Data usia responden penelitian.....	61
Gambar 4. 2 Data domisili responden penelitian .....	62
Gambar 4. 3 Data Pekerjaan Responden Penelitian.....	63
Gambar 4. 4 Data Status Pernikahan Responden Penelitian.....	64
Gambar 4. 5 Data rata rata biaya belanja responden selama 1 bulan.....	65
Gambar 4. 6 Data Barang Paling Sering Dibeli oleh Responden .....	65
Gambar 4. 7 Hasil Uji Measurement Model.....	82

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA