

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMENGARUHI *BEHAVIORAL*
INTENTION TO USE PADA APLIKASI *E-GROCERY* ASTRO**



Skripsi

Nadzwa Alfiya Fauza

00000056869

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

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *BEHAVIORAL*
INTENTION TO USE PADA APLIKASI E-GROCERY ASTRO**



Skripsi

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Nadzwa Alfiya Fauza

000056869

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS**

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Nadzwa Alfiya Fauza

NIM : 00000056869

Program studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tesis/Skripsi/Tugas Akhir/Laporan Magang/MBKM saya yang berjudul:

“Analisis Faktor yang Memengaruhi *Behavioral Intention to Use* Aplikasi *E-Grocery Astro*”

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain; Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan TIDAK LULUS. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 28 November 2024



(Nadzwa Alfiya Fauza)

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

ANALISIS FAKTOR YANG MEMENGARUHI *BEHAVIORAL INTENTION TO USE* APLIKASI *E-GROCERY* ASTRO

Oleh

Nama : Nadzwa Alfiya Fauza
NIM : 00000056869
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 29 November 2024

Pembimbing



Yoanita Alexandra, S.E., B.A., M.Par.
NIDN 0313089201

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M
NIDN 0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul
ANALISIS FAKTOR YANG MEMENGARUHI *BEHAVIORAL INTENTION TO*
USE APLIKASI E-GROCERY ASTRO

Oleh
Nama : Nadzwa Alfiya Fauza
NIM : 00000056869
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Selasa, 17 Desember 2024
Pukul 14.00 s.d 15.30 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji


Purnamaningsih, S.E., M.S.M.
NIDN 0323047801


Kanon Mommisen Wongkar, S.H., M.H.
NIDN 0301078204

Pembimbing


Yoanita Alexandra, S.E., B.A., M.Par.
NIDN 0313089201
Ketua Program Studi Manajemen


Purnamaningsih, S.E., M.S.M.
NIDN 0323047801

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nadzwa Alfiya Fauza

NIM : 00000056869

Program Studi : Manajemen

Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah : Analisis Faktor yang Memengaruhi
Behavioral Intention to Use Aplikasi E-Grocery Astro

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (**pilih salah satu**):

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 29 November 2024



(Nadzwa Alfiya Fauza)

* Pilih salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT atas limpahan berkah dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi berjudul “Analisis Faktor yang Memengaruhi *Behavioral Intention to Use* Aplikasi *E-Grocery* Astro” dengan baik dan tepat waktu. Penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Universitas Multimedia Nusantara.

Penulis berharap laporan ini memberikan manfaat dan dampak positif bagi pembaca. Dengan kerendahan hati, penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan bimbingan berbagai pihak, yang karenanya penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya.

Mengucapkan terima kasih

1. Dr. Ninok Leksono, M.A., 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 Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Yoanita Alexandra, S.E., B.A., M.Par., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Teman dan orang terdekat saya yang telah memberikan dukungan, semangat, dan bantuan selama proses penulisan tugas akhir ini sampai akhir.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan dan terdapat sejumlah kekurangan selama proses penyusunannya. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran konstruktif sebagai bahan evaluasi.

Meskipun demikian, penulis berharap karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat kepada pembaca, baik sebagai referensi maupun sebagai panduan bagi pihak yang membutuhkan dalam penyusunan tugas akhir di masa mendatang.

Tangerang, 29 November 2024



(Nadzwa Alfiya Fauza)



ANALISIS FAKTOR YANG MEMENGARUHI BEHAVIORAL INTENTION TO USE APLIKASI E-GROCERY ASTRO

(Nadzwa Alfiya Fauza)

ABSTRAK

Pandemi telah mengubah perilaku belanja konsumen, di mana salah satu dampak signifikan adalah kebiasaan berbelanja secara *online*. Sejak pandemi 2020, aplikasi *e-grocery* telah mengalami pertumbuhan yang signifikan di Indonesia, dengan permintaan untuk layanan belanja *online* yang melonjak. Meskipun belanja *online* semakin populer, konsumen Indonesia cenderung lebih memilih belanja di toko fisik pasca-pandemi. Astro menghadapi tantangan dalam mempertahankan pengguna dan bersaing dengan platform *e-grocery* besar, karena pangsa pasar yang masih kecil jika dibandingkan dengan pesaing. Selain itu, adanya ulasan negatif dari pengguna juga yang mempengaruhi niat mereka untuk terus menggunakan aplikasi Astro. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk meneliti faktor-faktor yang dapat mendorong minat terus menggunakan pada aplikasi *e-grocery* Astro. Peneliti menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang telah diperluas dengan penambahan sejumlah konstruk. Data penelitian ini diperoleh dengan melakukan penyebaran kuesioner *online* yang diolah dengan metode regresi linear berganda menggunakan *software* IBM SPSS Statistics versi 26. Target sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 145 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Perceived Enjoyment*, *Perceived Risk*, dan *Subjective Norms* memiliki pengaruh terhadap Behavioral Intention to Use aplikasi *e-grocery* Astro. Sedangkan *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* tidak memiliki pengaruh terhadap Behavioral Intention to Use aplikasi *e-grocery* Astro.

Kata kunci: *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Enjoyment, Perceived Risk, Subjective Norms, Behavioral Intention to Use*

ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING BEHAVIORAL INTENTION TO USE THE ASTRO E-GROCERY APPLICATION

(Nadzwa Alfiya Fauza)

ABSTRACT (English)

The pandemic has changed consumer shopping behavior, with one significant impact being the shift towards online shopping. Since 2020, e-grocery applications have experienced significant growth in Indonesia, with a surge in demand for online shopping services. However, despite the increasing popularity of online shopping, Indonesian consumers tend to prefer shopping in physical stores post-pandemic. Astro faces challenges in retaining users and competing with larger e-grocery platforms due to its smaller market share compared to its competitors. Additionally, negative reviews from users have influenced their intention to continue using the Astro app. Therefore, this study aims to investigate the factors that can drive continued usage intention for the Astro e-grocery app. The researcher used the Technology Acceptance Model (TAM), extended with additional constructs. Data for this study was collected through an online questionnaire, analyzed using multiple linear regression with IBM SPSS Statistics version 26. The target sample consisted of 145 respondents. The results show that Perceived Enjoyment, Perceived Risk, and Subjective Norms have an influence on Behavioral Intention to Use the Astro e-grocery app, while Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use do not have an effect on Behavioral Intention to Use the Astro e-grocery app.

Keywords: *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Enjoyment, Perceived Risk, Subjective Norms, Behavioral Intention to Use*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
KARYA ILMIAH MAHASISWA	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT (English)</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	16
1.5 Batasan Penelitian.....	17
1.6 Sistematika Penulisan	18
BAB II	
LANDASAN TEORI	20
2.1 Tinjauan Teori	20
2.1.1 Retailing.....	20
2.1.2 E-Commerce	20
2.1.3 Quick Commerce.....	23
2.1.4 E-Grocery.....	23
2.1.5 Technology Acceptance Model (TAM)	24
2.1.6 Perceived Usefulness.....	26
2.1.7 Perceived Ease of Use	27
2.1.8 Perceived Enjoyment.....	27
2.1.9 Perceived Risk.....	28
2.1.10 Subjective Norms	29

2.1.11 Behavioral Intention to Use	29
2.2 Model Penelitian.....	30
2.3 Hipotesis	31
2.3.1 Hubungan Antara Perceived Usefulness dengan Behavioral Intention to Use.....	31
2.3.2 Hubungan Antara Perceived Ease of Use dengan Behavioral Intention to Use.....	32
2.3.3 Hubungan Antara Perceived Enjoyment dengan Behavioral Intention to Use.....	33
2.3.4 Hubungan Antara Perceived Risk dengan Behavioral Intention to Use	34
2.3.5 Hubungan Antara Subjective Norms dengan Behavioral Intention to Use	34
2.4 Penelitian Terdahulu.....	35
BAB III	
METODOLOGI PENELITIAN.....	39
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	39
3.2 Desain Penelitian.....	42
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	45
3.3.1 Populasi.....	45
3.3.2 Sampel	45
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.5 Operasionalisasi Variabel.....	53
3.6 Teknik Analisis Data.....	59
3.6.1 Uji Instrumen	59
3.6.2 Uji Validitas	59
3.6.3 Uji Reliabilitas	61
3.6.4 Uji Asumsi Klasik	62
3.6.5 Uji Hipotesis	65
BAB IV	
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	69
4.1 Deskripsi Hasil Penelitian.....	69
4.2 Deskripsi Profil Responden	69
4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Generasi	70

4.2.3 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	71
4.2.4 Profil Responden Berdasarkan Domisili	72
4.2.5 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	73
4.2.6 Profil Responden Berdasarkan Profesi	74
4.2.7 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	75
4.3 Analisis Deskriptif.....	75
4.3.1 Perceived Usefulness.....	76
4.3.2 Perceived Ease of Use	78
4.3.3 Perceived Enjoyment.....	79
4.3.4 Perceived Risk.....	80
4.3.5 Subjective Norms	82
4.3.6 Behavioral Intention to Use	83
4.4 Uji Instrumen Pre-Test	84
4.4.1 Uji Validitas Pre-Test	84
4.4.2 Uji Reliabilitas Pre-Test	86
4.5 Uji Instrumen Main Test	88
4.5.1 Uji Validitas Main Test	88
4.5.2 Uji Reliabilitas Main Test.....	90
4.6 Uji Asumsi Klasik.....	92
4.6.1 Uji Normalitas.....	92
4.6.2 Uji Multikolinieritas	95
4.6.3 Uji Heteroskedastisitas	96
4.7 Uji Model.....	97
4.7.1 Koefisien Determinasi (R^2).....	97
4.8 Uji Hipotesis	98
4.8.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	98
4.8.2 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik T).....	99
4.8.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	101
4.9 Pembahasan.....	103
4.9.1 Pengaruh Perceived Usefulness terhadap Behavioral Intention to Use	103
4.9.2 Pengaruh Perceived Ease of Use terhadap Behavioral Intention to Use	104
4.9.3 Pengaruh Perceived Enjoyment terhadap Behavioral Intention to Use	

.....	105
4.9.4 Pengaruh Perceived Risk terhadap Behavioral Intention to Use	107
4.9.5 Pengaruh Subjective Norms terhadap Behavioral Intention to Use	108
4.10 Implikasi Manajerial.....	109
4.10.1 Upaya dalam Meningkatkan Pengaruh Perceived Enjoyment terhadap Behavioral Intention to Use.....	109
4.10.2 Upaya dalam Menurunkan Pengaruh Perceived Risk terhadap Behavioral Intention to Use.....	110
4.10.3 Upaya dalam Meningkatkan Pengaruh Subjective Norms terhadap Behavioral Intention to Use.....	112
BAB V	
SIMPULAN DAN SARAN	114
5.1 Simpulan.....	114
5.2 Saran.....	116
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan	116
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	118
DAFTAR PUSTAKA.....	120
LAMPIRAN.....	133



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Downloader Aplikasi E-Grocery	7
Tabel 1.2 Ulasan Negatif Aplikasi Astro.....	10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	35
Tabel 3.1 Kategori Skala Likert	52
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel	53
Tabel 3.3 Tabel Ukuran dan Syarat Validitas	60
Tabel 4.1 Kriteria Penilaian	76
Tabel 4.2 Tabel Penilaian Variabel Perceived Usefulness	76
Tabel 4.3 Tabel Penilaian Variabel Perceived Ease of Use.....	78
Tabel 4.4 Tabel Penilaian Variabel Perceived Enjoyment	79
Tabel 4.5 Tabel Penilaian Variabel Perceived Risk	80
Tabel 4.6 Tabel Penilaian Variabel Subjective Norms.....	82
Tabel 4.7 Tabel Penilaian Variabel Behavioral Intention to Use.....	83
Tabel 4.8 Uji Validitas Pre-Test.....	85
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas Pre-Test	87
Tabel 4.10 Uji Validitas Main Test	88
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas Main Test.....	90

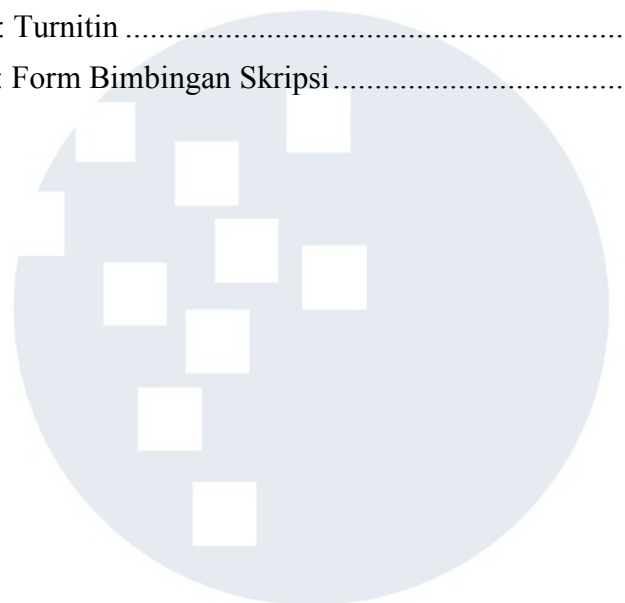


DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Penetrasi Pasar E-Commerce Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Peningkatan Penjualan Kategori Groceries Selama Covid-19.....	3
Gambar 1.3 Top 10 Aplikasi Quick Commerce.....	7
Gambar 1.4 Survei mengenai penggunaan aplikasi Astro saat ini.....	8
Gambar 1.5 Survei mengenai niat untuk terus menggunakan aplikasi Astro	9
Gambar 2.1 Technology Acceptance Model.....	25
Gambar 2.2 Model Penelitian.....	31
Gambar 3.1 Logo Astro	39
Gambar 3.2 Tampilan Aplikasi Astro.....	40
Gambar 3.3 Klasifikasi Research Design	42
Gambar 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
Gambar 4.2 Profil Responden Berdasarkan Generasi	70
Gambar 4.3 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	71
Gambar 4.4 Profil Responden Berdasarkan Domisili	72
Gambar 4.5 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir.....	73
Gambar 4.6 Profil Responden Berdasarkan Profesi	74
Gambar 4.7 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	75
Gambar 4.8 Hasil Histogram Uji Normalitas.....	92
Gambar 4.9 Hasil Uji P-Plot	93
Gambar 4.10 Hasil Uji Kolmogorov – Smirnov	94
Gambar 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	95
Gambar 4.12 Hasil Uji Scatterplot	96
Gambar 4.13 Hasil Uji Koefisien.....	97
Gambar 4.14 Hasil Uji F.....	98
Gambar 4.15 Hasil Uji T.....	99
Gambar 4.16 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	102
Gambar 4.17 Ilustrasi Push Notification.....	110
Gambar 4.18 Ilustrasi Application Badge “Jaminan Garansi”.....	112

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A : Jurnal Acuan Utama.....	133
Lampiran B : Kuesioner	147
Lampiran C : Data Pre-Test.....	163
Lampiran D : Data Main Test.....	169
Lampiran E : Turnitin	179
Lampiran F : Form Bimbingan Skripsi.....	186



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA