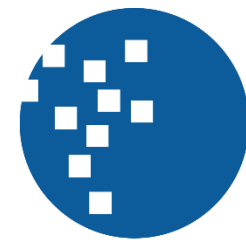


**ANALISIS PENGARUH *TRUST*, *PERCEIVED USEFULNESS*,
DAN *PERCEIVED EASE OF USE* TERHADAP *INTENTION TO
USE* APLIKASI BUKALAPAK SEBAGAI PLATFORM
LAYANAN DIGITAL**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Shella Novitasari Ramli

00000067445

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**ANALISIS PENGARUH *TRUST*, *PERCEIVED USEFULNESS*,
DAN *PERCEIVED EASE OF USE* TERHADAP *INTENTION TO*
USE APLIKASI BUKALAPAK SEBAGAI PLATFORM
LAYANAN DIGITAL**



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Shella Novitasari Ramli

00000067445

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS**

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Shella Novitasari Ramli

Nomor Induk Mahasiswa : 00000067445

Program Studi : Manajemen

Skripsi dengan judul:

ANALISIS PENGARUH *TRUST*, *PERCEIVED USEFULNESS*, DAN
PERCEIVED EASE OF USE TERHADAP *INTENTION TO USE*
APLIKASI BUKALAPAK SEBAGAI PLATFORM LAYANAN
DIGITAL

Merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis 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 maupun dalam penulisan laporan karya tulis ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah yang telah saya tempuh.

Tangerang, 9 Desember 2025


00AD9AMX308916155
Shella Novitasari Ramli

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Shella Novitasari Ramli
NIM : 00000067445
Program Studi : Manajemen
Judul Laporan : Analisis Pengaruh *Trust*, *Perceived Usefulness*,
dan *Perceived Ease of Use* terhadap *Intention to Use* Aplikasi Bukalapak
sebagai Platform Layanan Digital

Dengan ini saya menyatakan secara jujur menggunakan bantuan Kecerdasan
Artifisial (AI) dalam pengerjaan Tugas/Laporan/Project/Tugas Akhir*(pilih salah
satu) sebagai berikut (beri tanda centang yang sesuai):

- ☒ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu dalam menghasilkan
ide-ide utama saja
- ☒ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu menghasilkan teks
pertama saja
- ☒ Menggunakan AI untuk menyempurnakan sintaksis dan tata bahasa untuk
pengumpulan tugas
- ☐ Karena tidak diizinkan: Tidak menggunakan bantuan AI dengan cara apa pun
dalam pembuatan tugas

Saya juga menyatakan bahwa:

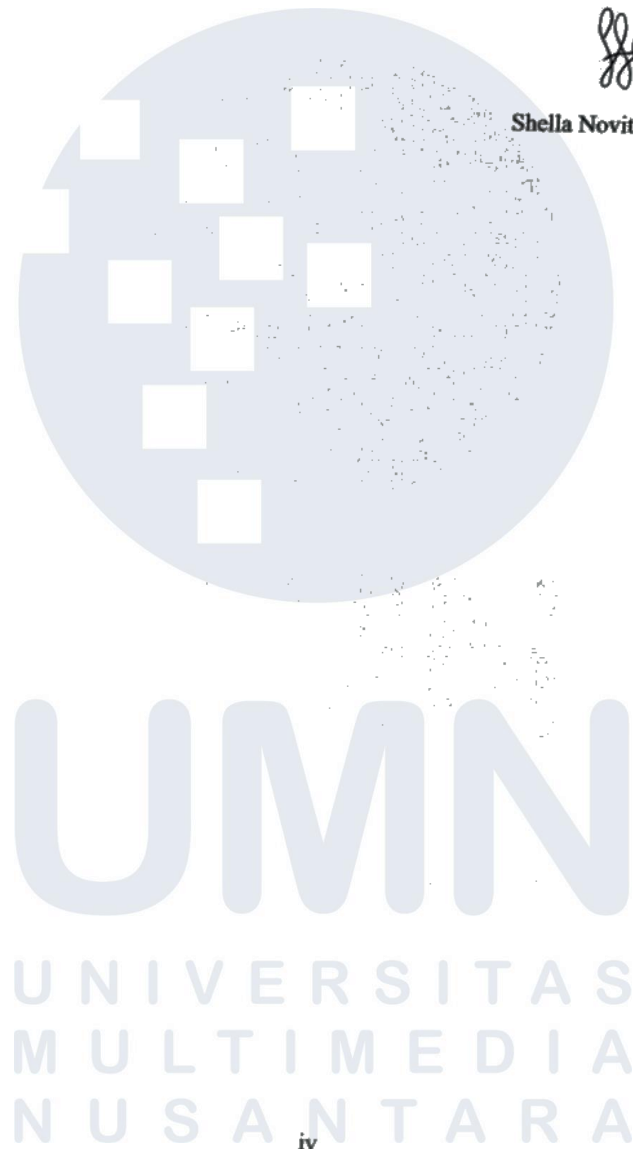
- (1) Menyerahkan secara lengkap dan jujur penggunaan perangkat AI yang
diperlukan dalam tugas melalui Formulir Penggunaan Perangkat Kecerdasan
Artifisial (AI)
- (2) Mengakui telah menggunakan bantuan AI dalam tugas saya baik dalam bentuk
kata, paraphrase, penyertaan ide atau fakta penting yang disarankan oleh AI
dan saya telah menyantumkan dalam sitasi serta referensi

(3) Terlepas dari pernyataan di atas, tugas ini sepenuhnya merupakan karya saya sendiri

Tangerang, 17 Desember 2025



Shella Novitasari Ramli



iv

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

ANALISIS PENGARUH *TRUST*, *PERCEIVED USEFULNESS*, DAN
PERCEIVED EASE OF USE TERHADAP *INTENTION TO USE* APLIKASI
BUKALAPAK SEBAGAI PLATFORM LAYANAN DIGITAL

Oleh

Nama : Shella Novitasari Ramli
NIM : 00000067445
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 9 Desember 2025

Pembimbing



Trihadi Pudiawan Erhan, S.E., M.S.E., Ph.D
0312028802

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., CBO
0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

ANALISIS PENGARUH *TRUST*, *PERCEIVED USEFULNESS*, DAN
PERCEIVED EASE OF USE TERHADAP *INTENTION TO USE* APLIKASI
BUKALAPAK SEBAGAI PLATFORM LAYANAN DIGITAL

Oleh

Nama : Shella Novitasari Ramli
NIM : 00000067445
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Rabu, 17 Desember 2025
Pukul 12.30 s.d 14.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

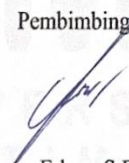
Ketua Sidang


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

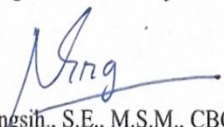
Penguji


Dr. Rajesh Preetpal Singh, S.S., M.M.
0430107605

Pembimbing


Trihadi Pudiawan Erhan, S.E., M.S.E., Ph.D
0312028802

Ketua Program Studi Manajemen


Purnamaningsih, S.E., M.S.M., CBO.
0323047801

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Shella Novitasari Ramli

NIM : 00000067445

Program Studi : Manajemen

Jenjang : D3/~~S1~~/S2* (coret salah satu)

Judul Karya Ilmiah : Analisis Pengaruh *Trust*, *Perceived Usefulness*, dan *Perceived Ease of Use* terhadap *Intention to Use* Aplikasi Bukalapak sebagai Platform Layanan Digital

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa* (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, 9 Desember 2025



Shella Novitasari Ramli

* Centang salah satu tanpa menghapus opsi yang tidak dipilih

** 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 saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yesus Kristus, atas penyertaan, kasih karunia, dan pertolongan-Nya yang telah senantiasa memampukan peneliti dalam setiap proses penyusunan skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh *Trust*, *Perceived Usefulness*, dan *Perceived Ease of Use* terhadap *Intention to Use* Aplikasi Bukalapak sebagai Platform Layanan Digital”. Tanpa penyertaan-Nya, peneliti tidak akan mampu menyelesaikan penelitian ini dengan baik, seperti kutipan ayat Alkitab Filipi 4:13 “Segala perkara dapat kutanggung di dalam Kristus yang memberi kekuatan kepadaku” telah menjadi salah satu motto dan pemberi kekuatan untuk peneliti di dalam kehidupan ini. Penyusunan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana pada Program Studi Manajemen di Universitas Multimedia Nusantara. Peneliti menyadari bahwa selama proses penyusunan skripsi ini, terdapat banyak tantangan, keterbatasan, dan kekurangan, namun melalui tuntutan Tuhan Yesus serta bantuan dari berbagai pihak, pada akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Pada kesempatan ini, peneliti ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc. Ph.D., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Prio Utomo, S.T, MPC., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih., S.E., M.S.M., CBO., selaku Ketua Program Studi Manajemen, Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Trihadi Pudiawan Erhan, S.E., M.S.E. Ph.D., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya, terutama Mama yang tidak pernah berhenti memberikan doa yang sangat tulus, penyemangat, motivasi, arahan, serta dukungan untuk saya

dan mengingatkan agar terus mengandalkan Tuhan Yesus dalam segala situasi yang terjadi dalam kehidupan, dan tetap berserah kepada-Nya.

6. Mending Papa saya, walaupun tidak sempat lagi melihat dan menemani putrinya ini dalam proses kehidupan di dunia ini lagi, namun saya yakin beliau bangga melihat saya diatas sana.
7. Teman terdekat peneliti di kampus yaitu Jessica Nora dan Aurelia Nathasya, serta teman-teman kampus lainnya yang telah memberikan dukungan penuh kepada peneliti setiap saat.
8. Teman bimbingan peneliti, khususnya Jessica Maxwell yang terus memberikan dukungan, motivasi, serta bantuan kepada peneliti selama proses penelitian hingga selesai.

Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca, dan dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis dengan rendah hati menerima kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan penelitian ini di masa mendatang.

(1 Korintus 10:13)

Pencobaan-pencobaan yang kamu alami ialah pencobaan-pencobaan biasa, yang tidak melebihi kekuatan manusia. Sebab Allah setia dan karena itu Ia tidak akan membiarkan kamu dicobai melampaui kekuatanmu

(Markus 9:23)

Tidak ada yang mustahil bagi Tuhan dan orang yang percaya

Tangerang, 9 Desember 2025



Shella Novitasari Ramli

**ANALISIS PENGARUH *TRUST*, *PERCEIVED USEFULNESS*,
DAN *PERCEIVED EASE OF USE* TERHADAP *INTENTION TO
USE* APLIKASI BUKALAPAK SEBAGAI PLATFORM
LAYANAN DIGITAL**

(Shella Novitasari Ramli)

ABSTRAK

Perkembangan serta tren teknologi terus berganti dari waktu ke waktu, khususnya Indonesia sudah tidak asing lagi dengan penggunaan internet yang menjadi kebutuhan dalam keseharian hidup. Salah satunya pada perkembangan tren belanja secara *online* membuat masyarakat berpindah haluan dalam membeli barang serta kebutuhan lainnya. Namun karena munculnya persaingan di antara *e-commerce*, salah satunya adalah Bukalapak terkena dampak dari perubahan tersebut, sehingga yang sebelumnya merupakan *e-commerce* terbesar kini harus mengurangi berbagai fitur dalam aplikasinya hingga saat ini hanya menjadi aplikasi untuk melakukan transaksi digital seperti pulsa, paket internet, dan lain sebagainya. Dalam penelitian ini berkaitan dengan *trust*, *perceived usefulness*, *perceived ease of use* yang memengaruhi *intention to use* dalam penggunaan aplikasi Bukalapak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis lebih dalam tentang variabel yang memengaruhi *intention to use*. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan penyebaran kuesioner *google form* dengan pengukuran skala *likert* 1-5. Dengan jumlah 106 responden yang telah lolos *screening* serta telah sesuai dengan kriteria lalu diolah menggunakan *software* aplikasi *SMART PLS 4*. Hasil penelitian menunjukkan *trust* berpengaruh signifikan terhadap *perceived ease of use*, dan *trust* berpengaruh terhadap *intention to use*. Sehingga ditegaskan bahwa kepercayaan, manfaat, dan kemudahan dalam penggunaan berperan penting untuk niat dalam menggunakan teknologi.

Kata kunci: *Trust, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Intention to Use*

***ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF TRUST, PERCEIVED
USEFULNESS, AND PERCEIVED EASE OF USE ON
INTENTION TO USE THE BUKALAPAK APPLICATION AS A
DIGITAL SERVICE PLATFORM***

(Shella Novitasari Ramli)

ABSTRACT

Technological developments and trends continue to change over time. In Indonesia, the use of the internet has become an integral part of daily life, particularly in the growth of online shopping, which has shifted consumers' purchasing behavior toward digital platforms. However, the increasing competition among e-commerce platforms has affected several companies, including Bukalapak. Once recognized as one of the largest e-commerce platforms in Indonesia, Bukalapak has gradually reduced various features and currently focuses primarily on providing digital transaction services, such as mobile credit, internet data packages, and other similar services. This study examines the influence of trust, perceived usefulness, and perceived ease of use on intention to use the Bukalapak application. The objective of this research is to analyze the factors that significantly affect users' intention to use the application. This study employs a quantitative approach using a questionnaire distributed through Google Forms with a likert scale ranging from 1 - 5. A total of 106 respondents who met the screening criteria were included in the analysis, and the data were processed using SMART PLS 4 software. The results indicate that trust has a significant effect on perceived ease of use and also directly influences intention to use. These findings emphasize that trust, perceived usefulness, and perceived ease of use play an important role in shaping users intention to adopt and continue using digital technology.

Keywords: Trust, Perceived Usefulness, Perceived of Use, Intention to Use

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian	14
1.3 Tujuan Penelitian	16
1.4 Manfaat Penelitian	16
1.4.1 Manfaat Akademis	17
1.4.2 Manfaat Praktisi	18
1.4 Batasan Penelitian	18
1.5 Sistematika Penulisan	19
BAB II LANDASAN TEORI	22
2.1 Tinjauan Teori.....	22
2.1.1 <i>Technology Acceptance Model</i>	22
2.1.2 <i>Intention to Use</i>	24
2.1.3 <i>Trust</i>	25
2.1.4 <i>Perceived Usefulness</i>	26
2.1.5 <i>Perceived Ease of Use</i>	27
2.2 Model Penelitian	29
2.3 Hipotesis	30
2.3.1 Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i>	30
2.3.2 Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Perceived Ease of Use</i>	31
2.3.3 Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Intention to Use</i>	32

2.3.4 Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Intention to Use</i> ...	33
2.3.5 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i>	34
2.3.6 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Intention to Use</i> .	35
2.4 Penelitian Terdahulu	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	39
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	39
3.2 Desain Penelitian	41
3.2.1. <i>Exploratory Research Design</i>	42
3.2.2. <i>Conclusive Research Design</i>	43
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	46
3.3.1 Populasi	46
3.3.2 Sampel	47
3.4 Teknik Pengumpulan Data	52
3.4.1 <i>Observation Research</i>	52
3.4.2 <i>Survey Research</i>	53
3.4.3 Sumber Data	54
3.4.4 Periode Penelitian.....	55
3.5 Operasionalisasi Variabel.....	56
3.5.1. Variabel Eksogen	56
3.5.1. Variabel Endogen.....	56
3.6 Teknik Analisis Data.....	61
3.6.1 Analisis Data <i>Pre-test</i>	61
3.6.2 Uji pada Validitas dan Reliabilitas.....	61
3.6.3 Analisis Data Penelitian.....	63
3.7 Uji Hipotesis.....	75
3.7.1. <i>P-Values</i>	75
3.7.2. <i>T-Statistics (T-Values)</i>	75
3.7.3. <i>Path Coefficient</i>	76
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	77
4.1 Karakteristik Responden	77
4.1.1 Karakteristik Responden berdasarkan Gender.....	78
4.1.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	79

4.1.3 Karakteristik Responden berdasarkan Domisili	80
4.1.4 Karakteristik Responden berdasarkan Profesi.....	81
4.1.5 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan terakhir 82	
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	83
4.1.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengetahuan tentang <i>Platform</i> Bukalapak	84
4.1.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengunduhan Aplikasi Bukalapak.....	85
4.1.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengetahuan Bahwa Bukalapak Hanya Menyediakan Layanan (Pulsa, Paket Data, Listrik Prabayar, <i>E-wallet</i> , dan Pembayaran Digital Lainnya (Bukan <i>Marketplace</i> Seperti Dulu)	86
4.1.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengetahuan dan Pernah Mengunjungi atau Melihat Tampilan Aplikasi Bukalapak (<i>Browsing</i>)	87
4.1.11 Karakteristik Responden Berdasarkan tentang Apakah Sudah Pernah Menggunakan Aplikasi Bukalapak untuk Melakukan Transaksi	88
4.2 Analisis Deskriptif	89
4.2.1. <i>Trust (TR)</i>	90
4.2.2. <i>Perceived Usefulness</i>	92
4.2.3. <i>Perceived Ease of Use</i>	95
4.2.4. <i>Intention to Use</i>	98
4.3 Analisis Data Penelitian	100
4.3.1. Uji <i>Instrument Pre-Test</i>	100
4.3.2 Uji <i>Instrument Main-Test</i>	103
4.4 Uji Hipotesis.....	111
4.4.1 Uji Hipotesis <i>Direct Effect</i>	111
4.4.2 Hipotesis 1	112
4.4.3 Hipotesis 2	113
4.4.4 Hipotesis 3	113
4.4.5 Hipotesis 4	114
4.4.6 Hipotesis 5	114
4.4.7 Hipotesis 6	115

4.5	Pembahasan dan Interpretasi Model	115
4.5.1	Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i>	115
4.5.2	Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Perceived Ease of Use</i>	116
4.5.3	Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Intention to Use</i>	118
4.5.4	Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Intention to Use</i> ..	119
4.5.5	Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i>	120
4.5.5	Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i>	121
4.7	Implikasi Manajerial	124
4.7.1	Upaya dalam meningkatkan pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Perceived Ease of Use</i>	124
4.7.2	Upaya dalam meningkatkan pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Intention to Use</i>	131
4.7.3	Upaya dalam meningkatkan pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Intention to Use</i>	133
4.7.4	Upaya dalam meningkatkan pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i>	136
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	140
5.1	Simpulan	140
5.2	Saran	141
5.2.1	Saran Untuk Perusahaan	141
5.2.2	Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	142
DAFTAR PUSTAKA		144
LAMPIRAN		154

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu	36
Tabel 3. 1 Tabel Operasionalisasi Variabel	57
Tabel 3. 2 Persyaratan Uji Validitas <i>Pre-test</i>	62
Tabel 3. 3 Persyaratan Uji Reliabilitas <i>Pre-test</i>	63
Tabel 3. 4 Kriteria <i>Measurement (Outer) Model</i>	71
Tabel 3. 5 <i>Structural (Inner) Model</i>	73
Tabel 4. 1 Tabel Kategori Skala Interval <i>Mean</i>	90
Tabel 4. 2 Penilaian Variabel <i>Trust</i>	90
Tabel 4. 3 Penilaian Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	92
Tabel 4. 4 Penilaian Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	95
Tabel 4. 5 Penilaian Variabel <i>Intention to Use</i>	98
Tabel 4. 6 Uji Validitas <i>Pre-Test</i>	101
Tabel 4. 7 Uji Reliabilitas <i>Pre-Test</i>	102
Tabel 4. 8 Hasil Uji Convergent Validity	104
Tabel 4. 9 Tabel Uji <i>Internal Concistency</i>	105
Tabel 4. 10 Tabel Uji <i>Cross Loadings di Discriminant Validity</i>	106
Tabel 4. 11 tabel Uji Fornell-Larcker criterion dalam discriminant validity	108
Tabel 4. 12 Tabel Uji <i>Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)</i>	108
Tabel 4. 13 Hasil Uji Coefficient of Determination (R^2)	110
Tabel 4. 14 Hasil Uji Hipotesis melalui <i>Path Coefficient</i>	111
Tabel 4. 15 Ringkasan Uji Hipotesis <i>Path Coefficient</i>	122



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Aktif Smartphone di Indonesia hingga 2023.....	2
Gambar 1. 2 Prediksi Angka Pengguna <i>E-commerce</i> di Indonesia 2024	4
Gambar 1. 3 ECDB: Proyeksi Pertumbuhan e-commerce Indonesia Tertinggi Sedunia pada 2024	6
Gambar 1. 4 <i>Marketplace Live Streaming Total Awareness</i>	8
Gambar 1. 5 Fitur dan Layanan Aplikasi Bukalapak.....	12
Gambar 2. 1 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	22
Gambar 2. 2 Model Penelitian	29
Gambar 3. 1 Logo Bukalapak	40
Gambar 3. 2 A Classification of Marketing Research Designs	42
Gambar 3. 3 <i>Sampling Design Process</i>	47
Gambar 3. 4 Sampling Technique.....	49
Gambar 3. 5 Variabel Eksogen	56
Gambar 3. 6 Variabel Endogen.....	56
Gambar 3. 7 A Systematic Procedure for Applying PLS-SEM.....	65
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Gender	78
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	79
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	80
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi.....	81
Gambar 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	82
Gambar 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	83
Gambar 4. 7 Karakteristik Responden Pengetahuan Mengenai Platform Bukalapak	84
Gambar 4. 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengunduhan Aplikasi Bukalapak.....	85
Gambar 4. 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengetahuan Layanan Bukalapak.....	86
Gambar 4. 10 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengetahuan Browsing Bukalapak.....	87
Gambar 4. 11 Karakteristik Responden Berdasarkan Apakah Sudah Pernah Menggunakan Aplikasi Bukalapak untuk Transaksi	88
Gambar 4. 12 Uji Measurement (Outer) Model PLS-SEM.....	103
Gambar 4. 13 Hasil Uji <i>Structural (Inner) Model PLS-SEM</i>	109
Gambar 4. 14 <i>Mock Up</i> Visualisasi Tampilan Aplikasi Bukalapak Sebelum Pembayaran.....	126
Gambar 4. 15 <i>Mock Up</i> Visualisasi Tampilan Aplikasi Bukalapak dalam Proses Pembayaran.....	127
Gambar 4. 16 <i>Mock Up</i> Visualisasi Tampilan Aplikasi Bukalapak Fitur Panduan dan Edukasi Singkat.....	128

Gambar 4. 17 <i>Mock Up</i> Visualisasi Tampilan Aplikasi Bukalapak Pemberitahuan Pemeliharaan Rutin	129
Gambar 4. 18 <i>Mock Up</i> Visualisasi Tampilan Aplikasi Bukalapak Log-Out Bulanan	130
Gambar 4. 19 <i>Mock Up</i> Visualisasi Acara Seminar Mini Pengenalan Bukalapak sebagai Sarana Edukasi dan Penguatan Kepercayaan Pengguna	132
Gambar 4. 20 <i>Mock Up</i> Visualisasi Dashboard Pembayaran Favorit Pengguna	134
Gambar 4. 21 <i>Mock Up</i> Visualisasi Tampilan Ringkasan Riwayat Pembayaran dan Penggunaan Bulanan	135
Gambar 4. 22 <i>Mock Up</i> Visualisasi Tampilan <i>Homescreen</i> Sederhana Berbasis Tujuan	137
Gambar 4. 23 <i>Mock Up</i> Visualisasi Tampilan Promosi Video Billboard Demonstrasi Penggunaan Aplikasi Bukalapak	139



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A 1 Jurnal Utama	154
Lampiran B 1 Formulir Bimbingan.....	174
Lampiran C 1 Turnitin	175
Lampiran D 1 Data <i>Pre-Test</i> Validitas.....	189
Lampiran E 1 Data Pre-Test Reliabilitas	193
Lampiran F 1 Data <i>Outer Model First Model</i>	194
Lampiran G 1 Data Inner Model First Model	196
Lampiran H 1 Formulir Penggunaan Perangkat Kecerdasan Artifisial	197
Lampiran I 1 Kuesioner	198

