



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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 TRUST*, *PERCEIVED RISK*, *PERCEIVED EASE OF USE*, DAN *PERCEIVED USEFULNESS* TERHADAP *ATTITUDE TOWARD USE* SERTA *IMPLIKASINYA TERHADAP INTENTION TO USE*: TELAAH PADA CALON PENGGUNA GO-PAY DALAM APLIKASI GO-JEK DI JAKARTA



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

KRISTIANTO

11130110057

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2017

PENGESAHAN SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED TRUST*, *PERCEIVED RISK*, *PERCEIVED EASE OF USE*, DAN *PERCEIVED USEFULNESS* TERHADAP *ATTITUDE TOWARD USE* SERTA *IMPLIKASINYA TERHADAP INTENTION TO USE*: TELAAH PADA CALON PENGGUNA GO-PAY DALAM APLIKASI GO-JEK DI JAKARTA

Oleh:

Nama : Kristianto

NIM : 11130110057

Fakultas : Bisnis

Program Studi : Manajemen

Tangerang, 8 Agustus 2017

Ketua Sidang

Dosen Penguji

Ir. Y. Budi Susanto, M.M.

Dosen Pembimbing

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

Ketua Program Studi Manajemen

Angelina Theodora, S.E., M.M.

Dewi Wahyu Handayani, S.E., M.M.

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya Kristianto menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED TRUST*, *PERCEIVED RISK*, *PERCEIVED EASE OF USE*, DAN *PERCEIVED USEFULNESS* TERHADAP *ATTITUDE TOWARD USE* SERTA *IMPLIKASINYA TERHADAP INTENTION TO USE*: TELAAH PADA CALON PENGGUNA GO-PAY DALAM APLIKASI GO-JEK DI JAKARTA

Adalah hasil karya saya sendiri dan saya tidak melakukan plagiat. Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan karya orang lain, lalu pencantuman dan pengkutipan pendapat orang lain ataupun lembaga lain yang menjadi rujukan dalam penulisan skripsi saya dan semua sumber dari kutipan yang saya gunakan telah saya cantumkan didalam daftar pustaka. Oleh karena itu, saya menyatakan dengan sebenar – benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan serta terbukti adanya kecurangan dalam skripsi saya, saya siap menerima konsekuensi dan resiko atas tindakan saya.

Tangerang, 8 Agustus 2017

Kristianto
NIM: 11130110057

INSPIRING QUOTES

“NOTHING COMES EASY, BUT AS LONG AS YOU’RE BREATHING, YOU’RE ALWAYS ONE BREATH AWAY FROM MAKING YOUR DREAMS A REALITY. MAKE EVERY BREATH COUNT.”

- Kai Greene

UMMN

ABSTRAK

Salah satu aspek yang perlu diperhatikan dalam kehidupan masyarakat terutama di kota Jakarta adalah transportasi umum. Ditengah padatnya lalu-lintas kota Jakarta, kesibukan dan tingginya mobilitas warga Jakarta, maka masyarakat dituntut untuk melakukan berbagai kegiatan sehari-harinya dengan praktis dan cepat, untuk itu penggunaan aplikasi seluler menjadi pilihan utama warga Jakarta. Sebagai solusi atas permasalahan tersebut maka Go-Jek membuat sebuah aplikasi transportasi publik berbasis aplikasi pertama di Indonesia untuk menjawab kebutuhan atas transportasi berbasis aplikasi tersebut. Dalam pengembangannya Go-Jek selalu membuat pembaharuan dalam aplikasinya, termasuk di dalamnya sistem pembayaran alternatif Go-Pay. Namun seiring perjalanannya penggunaan Go-Pay mendapati banyak permasalahan seperti banyaknya saldo pengguna Go-Pay yang tiba-tiba menjadi nol.

Permasalahan dalam penelitian ini diajukan untuk mengetahui *intention to use* Go-Pay dalam *mobile application* Go-Jek ditinjau dari *perceived trust*, *perceived risk*, *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *attitude toward use* Go-Pay. Penelitian dilakukan dengan menggunakan desain penelitian deskriptif terhadap 150 responden yang dijadikan sampel penelitian dengan menggunakan metode SEM pada aplikasi Amos versi 22. Measurement Model dilakukan untuk melakukan uji validitas dan reliabilitas, sementara Structural Model dilakukan untuk melihat uji kecocokan model secara keseluruhan dan antar variabel.

Akan tetapi hasil pengujian hipotesis antar variabel menunjukkan bahwa 4 dari 9 hipotesis dinyatakan tidak signifikan. Dan variabel yang mempengaruhi niat untuk menggunakan Go-Pay adalah *perceived trust* dan *perceived risk* sehingga Go-Jek harus menurunkan risiko atas fitur Go-Pay serta meningkatkan control dan keamanan untuk membangun kepercayaan konsumen atas Go-Pay.

Keyword: Perceived Trust, Perceived Risk, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Attitude Toward Use, Intention To Use

ABSTRACT

One of the aspects to be considered in public life, especially in Jakarta is public transportation. Due to the dense traffic of Jakarta and the rush or high mobility of the citizens of Jakarta; therefore, the people are required to perform a variety of more practical and faster daily activities. For those reasons, the use of mobile applications becomes the primary choice of Jakarta residents including the use of applications in the field of public transport. As a result, Go-Jek creates a public transport application as the first application in Indonesia to address transportation needs based on the application. In its development, Go-Jek always makes the renewal features, including alternative payment system named Go-Pay. But the customers often get problem for example the amount of money in the balance suddenly become zero.

Problems in this study proposed to determine the intention to use Go-Pay in Go-Jek's mobile application in terms of perceived trust, perceived risk, as well as the driver's factors of attitude towards use which are perceived ease of use and perceived usefulness. The research was made using descriptive research design with 150 respondents were collected as research sample in SEM method in Amos version 22 application. Measurement model were done to get validation and reliabilitation test, and structural model were done to get goodness of fit index in research model and the relationship between variables.

But the result has shown 4 from 9 hypothesis were not significant. Despite of variables which affect intention to use Go-Pay directly are perceived trust and perceived risk. Therefore Go-Jek have to do some improvement in those two variables by reduce risk and improve control over the internal team and security to gain consumer trust over Go-Pay.

Keyword: Perceived Trust, Perceived Risk, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Attitude Toward Use, Intention To Use

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan hikmah Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisa Pengaruh *Perceived Trust, Perceived Risk, Perceived Ease Of Use* dan *Perceived Usefulness* Terhadap *Attitude Toward Use* Serta Implikasinya Terhadap *Intention To Use*: Telaah pada Calon Pengguna Go-Pay Dalam Aplikasi Go-Jek di Jakarta” ini dengan baik dan sesuai waktu yang telah ditentukan. Tujuan dari penulisan skripsi ini yaitu merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan strata 1 program studi Manajemen di Universitas Multimedia Nusantara.

Skripsi yang telah penulis susun ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi dunia praktis, akademisi, dan penduduk Jakarta. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini tidak akan dapat diselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar – besarnya kepada semua pihak yang membantu dan terlibat selama menyelesaikan penelitian ini.

1. Orang tua dan adik penulis yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan dalam hal materil maupun dukungan moral.
2. Ibu Angelina Theodora, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan, saran revisi serta dukungan hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
3. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Ibu Dewi Handayani, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah bersedia memberikan persetujuan atas skripsi yang telah penulis susun bersama dosen pembimbing.
5. Shandra Kurniawati, S.E. yang meluangkan waktu untuk memberikan saran dan masukan dalam proses pengerjaan skripsi ini.
6. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu oleh penulis, yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna bagi para pembaca, dan mohon maaf apabila di dalam penyusunan skripsi ini terdapat kalimat yang kurang jelas maupun adanya kesalahan penulisan.



Tangerang, 10 Juli 2017

UMN

Kristianto

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GRAFIK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Pertanyaan Penelitian	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Batasan Penelitian	12
1.6 Manfaat Penulisan Skripsi.....	13
1.7 Sistematika Penulisan Skripsi	14
BAB II LANDASAN TEORI	16

2.1 Perilaku Konsumen	16
2.2 <i>E-Business</i>	17
2.3 <i>E-Commerce</i>	17
2.4 <i>Mobile Commerce</i>	18
2.4.1 <i>Mobile Application</i>	18
2.5 <i>Difussion of Innovation</i>	19
2.6 <i>Theory of Reasoned Action</i>	19
2.7 <i>Technology Acceptance Model</i>	22
2.8 <i>Perceived Ease of Use</i>	24
2.9 <i>Perceived Usefulness</i>	25
2.10 <i>Attitude Toward Using Apps</i>	26
2.11 <i>Perceived Risk</i>	27
2.12 <i>Perceived Trust</i>	29
2.13 <i>Intention to Use</i>	30
2.14 Pengembangan Hipotesis	30
2.14.1 Hubungan antara <i>perceived ease of use</i> dan <i>perceived usefulness</i> <i>mobile application</i>	30
2.14.2 Hubungan antara <i>perceived ease of use</i> dan <i>attitude towards use mobile</i> <i>application</i>	31
2.14.3 Hubungan antara <i>perceived usefulness</i> dan <i>attitude towards use mobile</i> <i>application</i>	32

2.14.4 Hubungan antara <i>attitude towards use</i> dan <i>intention to use mobile application</i>	32
2.14.5 Hubungan antara <i>perceived trust</i> dan <i>attitude toward use mobile application</i>	33
2.14.6 Hubungan antara <i>perceived risk</i> dan <i>intention to use mobile application</i>	34
2.14.7 Hubungan antara <i>perceived usefulness</i> dan <i>intention to use mobile application</i>	34
2.14.8 Hubungan antara <i>perceived trust</i> dan <i>perceived ease of use mobile application</i>	35
2.15 Model penelitian	36
2.16 Penelitian terdahulu	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	41
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	41
3.2 Desain Penelitian	49
3.3 Prosedur Pengumpulan data	50
3.4 Ruang Lingkup Penelitian	51
3.4.1 Target Populasi	51
3.4.2 <i>Sampling Techniques</i>	53
3.4.3 <i>Sampling Size</i>	54
3.4.4 <i>Sampling Process</i>	54

3.5 Identifikasi Variabel Penelitian	55
3.5.1 Variabel Eksogen.....	55
3.5.2 Variabel Endogen	55
3.5.3 Variabel Teramati	56
3.6 Definisi Operasional.....	57
3.7 Teknik Analisis.....	60
3.7.1 Uji Instrumen <i>pre - test</i>	60
3.7.2 <i>Structure Equation Modeling</i> (SEM).....	63
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	74
4.1 Deskripsi Hasil Penelitian	74
4.1.1 Deskripsi Profil Responden	74
4.1.2 Analisa Deskriptif	77
4.2 Uji Instrumen.....	85
4.2.1 Uji Validitas <i>Pre- test</i>	85
4.2.2 Uji Reliabilitas <i>Pre- test</i>	88
4.2.3 Model Pengukuran.....	90
4.2.4 Uji Validitas.....	91
4.2.5 Uji Realibilitas	93
4.3 Uji Kecocokan Model Struktural	95
4.4 Uji Hipotesis.....	97
4.5 Interpretasi Hasil.....	99

4.5.1 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i>	99
4.5.2 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Attitude Toward Use</i>	99
4.5.3 Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Attitude Toward Use</i>	101
4.5.4 Pengaruh <i>Attitude Towards Use</i> terhadap <i>Intention To Use</i>	102
4.5.5 Pengaruh <i>Perceived Trust</i> terhadap <i>Attitude Toward Use</i>	102
4.5.6 Pengaruh <i>Perceived Risk</i> terhadap <i>Intention To Use</i>	103
4.5.7 Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Intention To Use</i>	103
4.5.8 Pengaruh <i>Perceived Trust</i> terhadap <i>Perceived Ease of Use</i>	104
4.6 Implikasi Managerial	105
4.6.1 Upaya Meningkatkan <i>Perceived Usefulness</i> dengan meningkatkan <i>Perceived Ease of Use</i>	110
4.6.2 Upaya Meningkatkan <i>Intention To Use</i> dengan meningkatkan <i>Attitude Toward Use</i>	110
4.6.3 Upaya Meningkatkan <i>Attitude Toward Use</i> dengan meningkatkan <i>Perceived Trust</i>	111
4.6.4 Upaya Meningkatkan <i>Intention To Use</i> dengan mengurangi <i>Perceived Risk</i>	112
4.6.3 Upaya Meningkatkan <i>Perceived Ease Of Use</i> dengan meningkatkan <i>Perceived Trust</i>	112
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	114
5.1 Kesimpulan	114

5.2 Saran.....	116
5.2.1 Saran untuk perusahaan	116
5.2.2 Saran untuk penelitian selanjutnya	118



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data Akses Digital Indonesia.....	3
Gambar 1.2	Data Akses Digital Indonesia.....	3
Gambar 1.3	Time Spent with Media.....	4
Gambar 1.4	<i>Why people use Mobile Apss More</i>	5
Gambar 1.5	Komposisi Pengguna Internet Indonesia.....	6
Gambar 2.1	<i>Theory of Reasoned Action</i>	22
Gambar 2.2	<i>Technology Acceptance Model</i>	23
Gambar 2.3	Model Penelitian.....	37
Gambar 3.1	Logo Go-Jek.....	41
Gambar 3.2	Fitur dalam aplikasi Go-Jek.....	43
Gambar 3.3	Fitur Go-Pay.....	44
Gambar 3.4	Potongan harga ketika menggunakan Go-Pay.....	45
Gambar 3.5	Penambahan saldo Go-Pay melalui <i>driver</i>	46
Gambar 3.6	Penambahan saldo Go-Pay melalui perbankan.....	47
Gambar 3.7	Basic research design.....	49
Gambar 3.8	Sampling techniques.....	53
Gambar 3.9	Variabel eksogen.....	55
Gambar 3.10	Variabel endogen.....	56
Gambar 3.11	Tahap-tahap dalam SEM.....	66
Gambar 3.12	Model pengukuran SEM.....	68
Gambar 3.13	Model struktural SEM.....	69
Gambar 4.1	Profil responden berdasarkan jenis kelamin.....	74
Gambar 4.2	Profil responden berdasarkan usia.....	75
Gambar 4.3	Profil responden berdasarkan frekuensi menggunakan Go-Jek.....	77

Gambar 4.4 Model pengukuran SEM 90
Gambar 4.5 Model struktural SEM..... 95



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	57
Tabel 3.2	Uji validitas	61
Tabel 3.3	Goodnes of fit.....	73
Tabel 4.1	Interval kelas	78
Tabel 4.1	Penilaian Responden Terhadap <i>Perceived ease of use</i>	78
Tabel 4.3	Penilaian Responden Terhadap <i>Perceived usefulness</i>	80
Tabel 4.4	Penilaian Responden Terhadap <i>attitude toward use</i>	81
Tabel 4.5	Penilaian Responden Terhadap <i>Perceived risk</i>	82
Tabel 4.6	Penilaian Responden Terhadap <i>Perceived trust</i>	83
Tabel 4.7	Penilaian Responden Terhadap <i>intention to use</i>	84
Tabel 4.8	Uji validitas pre-test	86
Tabel 4.9	Uji reliabilitas pre-test.....	88
Tabel 4.10	Uji validitas	91
Tabel 4.11	Uji reliabilitas.....	93
Tabel 4.12	Hasil Uji Kecocokan <i>Goodness of Fit Test</i>	96
Tabel 4.13	Hasil uji hipotesis.....	97

UMMN

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Peringkat Pengguna Internet Benua Asia	1
Grafik 1.2 Peringkat Pertumbuhan Populasi Internet	2



UMMN