

**PENGARUH *SELF-EFFICACY*, *POST USAGE USEFULNESS*  
*FACILITATING CONDITION*, DAN *SATISFACTION* TERHADAP  
*USAGE CONTINUANCE INTENTION* PADA APLIKASI BELANJA  
*ONLINE OLX***



**OLEH:**  
**ALFONSUS DE DEO EKHANANTA SUSANTO**  
**3103014046**

**JURUSAN MANAJEMEN**  
**FAKULTAS BISNIS**  
**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA**  
**SURABAYA**  
**2018**

**PENGARUH *SELF-EFFICACY*, *POST USAGE USEFULNESS*  
*FACILITATING CONDITION*, DAN *SATISFACTION* TERHADAP  
*USAGE CONTINUANCE INTENTION* PADA APLIKASI BELANJA  
*ONLINE OLX***

**SKRIPSI**

Diajukan kepada

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA**

UNTUK Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

OLEH:

**ALFONSUS DE DEO EKHANANTA SUSANTO**

3103014046

**JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA**

**SURABAYA**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

*PENGARUH SELF-EFFICACY, POST USAGE USEFULNESS  
FACILITATING CONDITION, DAN SATISFACTION TERHADAP  
USAGE CONTINUANCE INTENTION PADA APLIKASI BELANJA  
ONLINE OLX*

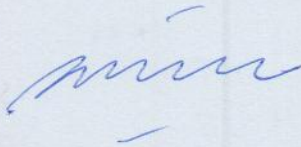
Oleh:

**ALFONSUS DE DEO EKHANANTA SUSANTO**

3103014046

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik  
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Lydia Ari Widyarini, S.E., MM.

Tanggal: 11 - Jan - 18

Pembimbing II,



Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM.

Tanggal: 12 - Jan - 18

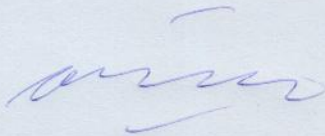
## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Alfonsus De Deo Ekhananta Susanto NRP

3103014046

Telah diuji pada tanggal 24/1/... dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

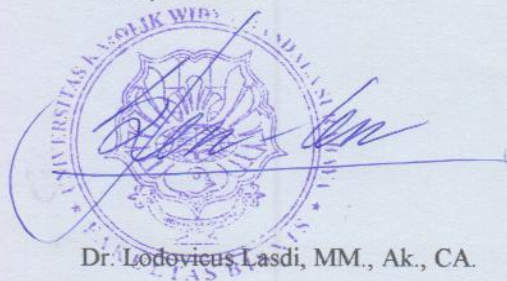
Ketua Tim Penguji:



Dr. Lydia Ari Widyarini, S.E., MM.

Mengetahui

Dekan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA.

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit H. L., SE., M.Sc

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN  
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Alfonsus De Deo Ekhananta Susanto

NRP : 3103014046

Judul Skripsi : Pengaruh *Self Efficacy, Post Usage Usefulness Facilitating Condition, dan Satisfaction Terhadap Usage Continuance Intention Pada Aplikasi Belanja Online OLX*

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 19-10-18



Alfonsus De Deo Ekhananta Susanto

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur pada Tuhan Yesus Kristus, karena oleh berkat dan karunia yang telah dilimpahkan-Nya kepada penulis sehingga penulis mampu menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Self Efficacy*, *Post Usage Usefulness Facilitating Condition*, dan *Satisfaction Terhadap Usage Continuance Intention* Pada Aplikasi Belanja *Online OLX*” dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program studi S-1 Jurusan manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Skripsi ini juga dapat terselesaikan dengan baik berkat bantuan serta dukungan berbagai pihak secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis juga ingin menyampaikan ucapan banyak terima kasih, antara lain untuk:

1. Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Robertus Sigit H. L., SE., M.Sc., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Dr. Lydia Ari Widyarini. S.E., MM., selaku dosen pembimbing I yang telah membimbing dengan baik, meluangkan waktu, memberikan masukan serta saran dalam penulisan skripsi, serta mengarahkan penulis dari awal hingga akhir skripsi ini.
4. Drs. Ec., Yulius Koesworo, MM. selaku dosen pembimbing II yang telah membimbing dengan baik, meluangkan waktu, memberikan masukan serta saran dalam penulisan skripsi, serta mengarahkan penulis dari awal hingga akhir skripsi ini.

5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen di Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala yang telah memberi ilmu dan pengetahuan yang berguna bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi dengan baik.
6. Keluarga tercinta, Bapak dan Ibu yang memberikan dukungan semangat, motivasi, dan doa hingga akhirnya penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan baik dan tepat waktu.
7. Kekasihku, Jessica Hani Sianadewi yang telah memberikan nasihat, motivasi, dan doa ,serta teman-teman ku Michael Ivan, Leo Agung, Alfred Tjandra, Martin Hendrawan, Agnes Maria, Ari Puspa, Lorenzo, dan Dolfi Panjaitan yang telah memberikan arahan dan masukan akan skripsi ini hingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
8. Seluruh responden penelitian yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari hasil yang sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan penulis. Oleh sebab itu, penulis sangat mengharapkan adanya kritik serta saran yang membangun. Mohon maaf apabila terdapat kesalahan penulisan, Akhir kata dengan segala kerendahan hati, semoga hasil penelitian skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan membantu pengembangan ilmu pengetahuan. Terima kasih.

Surabaya, 15 Januari 2018

Alfonsus De Deo Ekhananta Susanto

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
<i>ABSTRACT</i> .....	xvi
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
<b>BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori.....	12
2.2.1 <i>Extended Model of IT Continuance</i> .....	12
2.2.2 <i>Self-Efficacy</i> .....	15
2.2.3 <i>Post Usage Usefulness</i> .....	16
2.2.4 <i>Facilitating Condition</i> .....	17



2.2.5	<i>Satisfaction</i> .....	18
2.2.6	<i>Usage Continuance Intention</i> .....	19
2.3	Hubungan Antar Variabel	
2.3.1	Hubungan <i>Self Efficacy</i> dengan <i>Satisfaction</i> .....	19
2.3.2	Hubungan <i>Post Usage Usefulness</i> dengan <i>Satisfaction</i> .....	20
2.3.3	Hubungan <i>Facilitating Condition</i> dengan <i>Usage Continuance Intention</i> .....	21
2.3.4	Hubungan <i>Self Efficacy</i> dengan <i>Usage Continuance Intention</i> .....	21
2.3.5	Hubungan <i>Post Usage Usefulness</i> dengan <i>Usage Continuance Intention</i> .....	22
2.3.6	Hubungan <i>Satisfaction</i> dengan <i>Usage Continuance Intention</i> .....	23
2.4	Model Penelitian.....	24
2.5	Hipotesis.....	25
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN</b>		
3.1	Desain Penelitian.....	26
3.2	Identifikasi Variabel, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel	
3.2.1	Identifikasi Variabel.....	26
3.2.1	Definisi Operasional.....	26
3.2.2.1	<i>Self Efficacy</i> .....	26
3.2.2.2	<i>Post Usage Usefulness</i> .....	27
3.2.2.3	<i>Facilitating Condition</i> .....	27
3.2.2.4	<i>Satisfaction</i> .....	28

3.2.2.5	<i>Usage Continuance Intention</i>	28
3.2.3	Pengukuran Variabel	28
3.3	Jenis dan Sumber Data	29
3.3.1	Jenis Data	29
3.3.2	Sumber Data	29
3.4	Alat dan Metode Pengumpulan Data	29
3.4.1	Alat	29
3.4.1	Metode Pengumpulan Data	29
3.5	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	30
3.5.1	Populasi	30
3.5.2	Sampel	30
3.5.3	Teknik Pengambilan Sampel	30
3.6	Teknik Analisis Data	31
3.6.1	<i>Construct Reliability</i>	31
3.6.2	<i>Avarage Variance Extracted</i>	32
3.6.3	Uji Normalitas Data	32
3.6.4	Uji Kecocokan Keseluruhan Model	33
3.6.5	Uji Kecocokan Persamaan Struktural	34
3.6.6	Uji Hipotesis	35
<b>BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>		
4.1	Sampel Penelitian	36
4.2	Karakteristik Responden	36
4.2.1	Jenis Kelamin	36
4.2.2	Usia	36
4.2.3	Pendidikan	36
4.2.4	Pekerjaan	38
4.2.5	Penghasilan	38

4.3	Deskripsi Variabel Penelitian.....	38
4.3.1	Deskripsi Variabel <i>Self Efficacy</i> .....	39
4.3.2	Deskripsi Variabel <i>Post Usage Usefulness</i> .....	40
4.3.3	Deskripsi Variabel <i>Facilitating Condition</i> .....	41
4.3.4	Deskripsi Variabel <i>Satisfaction</i> .....	42
4.3.5	Deskripsi Variabel <i>Usage Continuance Intention</i> .....	42
4.4	Analisis Asumsi SEM.....	43
4.4.1	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	43
4.4.2	Uji Normalitas Data.....	45
4.4.3	Uji <i>Singularity</i> dan <i>Multikolinearitas</i> .....	46
4.5	Uji Kecocokan Model.....	47
4.6	Persamaan Struktural.....	48
4.7	Analisis Variabel.....	51
4.8	Pengujian Hipotesis.....	51
4.9	Pembahasan.....	53
4.9.1	Pengaruh <i>Self Efficacy</i> terhadap <i>Satisfaction</i> pada Aplikasi Belanja <i>Online OLX</i> .....	53
4.9.2	Pengaruh <i>Post Usage Usefulness</i> terhadap <i>Satisfaction</i> pada Aplikasi Belanja <i>Online OLX</i> .....	54
4.9.3	Pengaruh <i>Facilitating Condition</i> terhadap <i>Usage Continuance Intention</i> pada Aplikasi Belanja <i>Online OLX</i> .....	55
4.9.4	Pengaruh <i>Self Efficacy</i> terhadap <i>Usage Continuance Intention</i> pada Aplikasi Belanja <i>Online OLX</i> .....	56
4.9.5	Pengaruh <i>Post Usage Usefulness</i> terhadap <i>Usage Continuance Intention</i> pada Aplikasi Belanja <i>Online OLX</i> .....	57
4.9.6	Pengaruh <i>Satisfaction</i> terhadap <i>Usage Continuance Intention</i> pada Aplikasi Belanja <i>Online OLX</i> .....	58

4.9.7 Pengaruh <i>Self Efficacy</i> terhadap <i>Usage Continuance Intention</i> pada Aplikasi Belanja <i>Online OLX</i> .....	59
4.6.8 Pengaruh <i>Post Usage Usefulness</i> terhadap <i>Usage Continuance Intention</i> pada Aplikasi Belanja <i>Online OLX</i> .....	60

## BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan.....	61
5.2 Saran.....	62
5.2.1 Saran Akademis.....	62
5.2.2 Saran Praktis.....	63

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1	Daftar Aplikasi Android <i>Online Retail Costumer to costumer</i> (C2C) Favorit di Indonesia September 2017.....	2
Tabel 2.1	Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang .....	11
Tabel 3.1	Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	34
Tabel 4.1	Pembagian Kuesioner.....	36
Tabel 4.2	Jenis Kelamin.....	37
Tabel 4.3	Usia.....	37
Tabel 4.4	Pendidikan.....	37
Tabel 4.5	Pekerjaan.....	38
Tabel 4.6	Penghasilan.....	38
Tabel 4.7	Interval Rata-Rata Skor.....	39
Tabel 4.8	Deskripsi Variabel <i>Self Efficacy</i> .....	40
Tabel 4.9	Deskripsi Variabel <i>Post Usage Usefulness</i> .....	40
Tabel 4.10	Deskripsi Variabel <i>Facilitating Condition</i> .....	41
Tabel 4.11	Deskripsi Variabel <i>Satisfaction</i> .....	42
Tabel 4.12	Deskripsi Variabel <i>Usage Continuance Intention</i> .....	43
Tabel 4.13	Hasil Uji Validitas.....	44
Tabel 4.14	Hasil Uji <i>Univariate Normality</i> .....	45
Tabel 4.15	Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i> .....	46
Tabel 4.16	<i>Correlation Matrix of ETA and KSI</i> .....	46
Tabel 4.17	Uji Kecocokan Model.....	48
Tabel 4.18	Pengujian Hipotesis.....	52

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model pertama IT <i>Continuance Model</i> .....	14
Gambar 2.2 Model kedua <i>Extended Model of Continuance</i> .....	15
Gambar 2.3 Model Penelitian.....	24
Gambar 4.1 <i>Path Diagram (Estimate)</i> .....	48
Gambar 4.2 <i>Path Diagram (T-Value)</i> .....	51

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Data Responden

Lampiran 3. Identitas Responden

Lampiran 4. Statistik Deskriptif

Lampiran 5. Output Lisrel

Lampiran 6. Uji Reliabilitas dan AVE

Lampiran 7. *Path* Diagram

**PENGARUH *SELF EFFICACY*, *POST USAGE USEFULNESS*,  
*FACILITATING CONDITION*, DAN *SATISFACTION* TERHADAP  
*USAGE CONTINUANCE INTENTION* PADA APLIKASI BELANJA  
ONLINE OLX**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *self efficacy*, *post usage usefulness*, *facilitating condition*, dan *satisfaction* terhadap *usage continuance intention* pada Aplikasi Belanja Online OLX. Dewasa ini tingkat persaingan *online retail* di Indonesia semakin ramai dan ketat, hal ini disebabkan banyaknya manfaat yang dirasakan dari berbelanja *online*. Berdasar oleh teori *Extended model of IT continuance*, terdapat banyak faktor yang memengaruhi *usage continuance intention* yakni *self efficacy*, *post usage usefulness*, *facilitating condition*, dan *satisfaction* pada aplikasi belanja *online* OLX. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 150 responden. Tiap responden tersebut merupakan individu yang memiliki dan pernah melakukan transaksi dengan aplikasi OLX. Data dikumpulkan melalui alat bantu kuesioner dan selanjutnya diolah dengan teknik analisis *structural equation model* menggunakan program LISREL.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *self efficacy* memiliki pengaruh positif terhadap *satisfaction*, *post usage usefulness* memiliki pengaruh positif terhadap *satisfaction*, *facilitating condition* memiliki pengaruh positif terhadap *usage continuance intention*, *self efficacy* memiliki pengaruh positif terhadap *usage continuance intention*, *post usage usefulness* memiliki pengaruh positif terhadap *usage continuance intention*, dan *satisfaction* memiliki pengaruh positif terhadap *usage continuance intention* pada aplikasi belanja *online* OLX.

Kata Kunci: *Self Efficacy*, *Post Usage Usefulness*, *Facilitating Condition*,  
*Satisfaction*, *Usage Continuance Intention*, *Extended Model of  
IT Continuance*



**THE INFLUENCE OF SELF EFFICACY, POST USAGE  
USEFULNESS, FACILITATING CONDITION, AND SATISFACTION  
TO USAGE CONTINUANCE INTENTION ON ONLINE SHOP  
APPLICATION ONLINE OLN**

**ABSTRACT**

*This research purpose is to find out and analyze self efficacy, post usage usefulness, facilitating condition, and satisfaction to usage continuance intention on online shop application OLN. Nowadays the level of online retail in Indonesia increasingly crowded and tight, this thing caused by so many perceived benefit from online shopping. Based on Extended model of IT continuance theory, there are many factors that influence usage continuance intention that is self efficacy, post usage usefulness, facilitating condition, and satisfaction on online shop application OLN. The number of samples taken is 150 respondents. Each respondent is an individual who own and ever did transaction with OLN application. Data was collected with questionnaire and furthermore processed with analysis technic call structural equation model using LISREL program.*

*The result of this reasearch show that self efficacy has a positive influence on satisfaction, post usage usefulness has a positive influence on satisfaction, facilitating condition has a positive influence on usage continuance intention, self efficacy has a positive influence on usage continuance intention, post usage usefulness has a positive influence on usage continuance intention, and satisfaction has a positive influence on usage continuance intention on online shop application OLN*

*Keyword: Self Efficacy, Post Usage Usefulness, Facilitating Condition, Satisfaction, Usage Continuance Intention, Extended Model of IT Continuance*