

**PENGARUH *TRUST* TERHADAP
BEHAVIOURAL INTENTION MELALUI
PERFORMANCE EXPECTANCY, *EFFORT*
EXPECTANCY, *SOCIAL INFLUENCE* PADA
GENERASI X & Y DI MATAHARIMALL.COM**

TESIS



**OLEH:
LWA AGNES CYNTHIA LAZUARDI, S.T.
8112415002**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2018**

**PENGARUH *TRUST* TERHADAP
BEHAVIOURAL INTENTION MELALUI
PERFORMANCE EXPECTANCY, *EFFORT*
EXPECTANCY, *SOCIAL INFLUENCE* PADA
GENERASI X & Y DI MATAHARIMALL.COM**

TESIS

**Diajukan kepada
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
Untuk memenuhi persyaratan
Gelar Magister Manajemen**



**OLEH:
LWA AGNES CYNTHIA LAZUARDI, S.T.
8112415002**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2018**

Persetujuan Dosen Pembimbing

Tesis berjudul “PENGARUH *TRUST* TERHADAP *BEHAVIOURAL INTENTION* MELALUI *PERFORMANCE EXPECTANCY, EFFORT EXPECTANCY, SOCIAL INFLUENCE* PADA GENERASI X & Y DI MATAHARIMALL.COM” yang ditulis dan diajukan oleh Lwa Agnes Cynthia Lazuardi, S.T. (8112415002) telah disetujui untuk diuji.

Surabaya, 25 Januari 2018



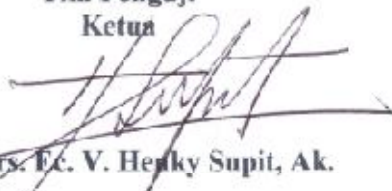
Dr. Margaretha Ardhanari, SE.,M.Si.
Pembimbing Tesis

Pengesahan Tim Penguji

Tesis yang berjudul **“PENGARUH TRUST TERHADAP BEHAVIOURAL INTENTION MELALUI PERFORMANCE EXPECTANCY, EFFORT EXPECTANCY, SOCIAL INFLUENCE PADA GENERASI X & Y DI MATAHARIMALL.COM”** yang ditulis dan diajukan oleh Lwa Agnes Cynthia Lazuardi, S.T. (8112415002) telah diuji dan dinilai oleh Tim Penguji Program Studi Magister Manajemen Sekolah Pasca Sarjana Universitas Widya Mandala Surabaya.

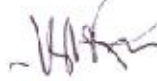
Pada tanggal 25 bulan Januari tahun 2018

Tim Penguji
Ketua



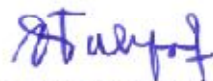
Prof. Drs. Ec. V. Henky Supit, Ak.

Sekretaris



Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si.

Anggota



Dr. Dyah Tulipa, SE., MM.



Program Pascasarjana
Direktur



Prof. Dr. J.S. Ami Soewandi

Pernyataan Keaslian Dan Persetujuan Publikasi Karya Ilmiah

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Lwa Agnes Cynthia Lazuardi, S.T.

NRP : 8112415002

**Judul : PENGARUH *TRUST* TERHADAP
BEHAVIOURAL INTENTION MELALUI
PERFORMANCE EXPECTANCY, EFFORT
EXPECTANCY, SOCIAL INFLUENCE PADA GENERASI
X & Y DI MATAHARIMALL.COM**

Menyatakan bahwa Tesis ini adalah **ASLI** karya tulisan saya. Apabila karya ilmiah ini merupakan hasil plagiarism, saya bersedia menerima sanksi yang diberikan oleh Pascasarjana Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya menyetujui pula bahwa karya tulisan ini dapat dipublikasikan / ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Hak Cipta.

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

Surabaya, 25 Januari 2018



**Lwa Agnes Cynthia L, S.T.
(8112415002)**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat dan rahmat-Nya, sehingga tesis yang berjudul “Pengaruh *Trust Terhadap Behavioural Intention Melalui Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence* Pada Generasi X & Y Di MatahariMall.com” dapat diselesaikan dengan baik. Adapun maksud dan tujuan penulisan tesis ini adalah untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Magister Manajemen di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam menyelesaikan penulisan tesis ini, penulis telah berusaha dengan sebaik mungkin. Penulis juga menyadari akan terbatasnya waktu, kemampuan serta pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis bersedia menerima kritik dan saran yang sangat bermanfaat dalam penyempurnaan tesis ini.

Pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. J.S. Ami Soewandi, selaku Direktur Program Pasca Sarjana Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Dr. Margaretha Ardhanari, SE.,M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan petunjuk dan pemikiran yang sangat berharga selama penelitian berlangsung hingga selesainya penulisan tesis ini.
3. Prof. Drs. Ec. V. Henry Supit, Ak.selaku ketua penguji yang telah memberikan saran dan kritik yang membangun yang sangat berguna bagi penyusunan tesis ini.
4. Dr. Dyah Tulipa, SE., MM. selakupenguji yang telah memberikan saran dan kritik yang membangun yang sangat berguna bagi penyusunan tesis ini.

5. Dr. Sandi Lenandi Soetrisno Lasmono, S.T., MM yang telah membantu memberikan saran dan kritik yang membangun untuk penyusunan tesis ini.
6. Kedua Orang Tua yang senantiasa memberikan dukungannya dalam penyelesaian tesis ini.
7. Seluruh Dosen Pasca Sarjana UKWMS yang sudah memberikan ilmunya
8. Rekan-rekan mahasiswa Pasca Sarjana UKWMS 2015 yang telah membantu memberikan semangat
9. Semua pihak yang telah banyak membantu dalam penyusunan tesis

Akhir kata, dengan segala keterbatasan maka kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan. Semoga penulisan tesis ini bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, 25 Januari 2018

Lwa Agnes Cynthia L, S.T.

ABSTRAK

MatahariMall.com memperkenalkan diri sebagai toko *online* yang dapat dijangkau berbagai umur dan kalangan. Tidak hanya menjual barang fashion dan elektronik namun juga menjual kebutuhan sehari-hari. Sebagai situs *e-commerce* yang tergolong baru dan ingin terus bersaing dengan pesaing *e-commerce* lain, MatahariMall.com berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik mulai dari tahap pencarian produk, pemesanan, pembayaran hingga barang sampai dikonsumsi. Penelitian ini mengukur sejauh mana pengguna *e-commerce* memahami dan menerima teknologi tersebut dengan bermodalkan kepercayaan terhadap teknologi informasi tersebut dengan menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) dan diperluas dengan menambahkan variabel *Trust* untuk mengeksplorasi hubungan antar variabel.

Penelitian ini menggunakan data primer dengan melakukan survey kuesioner kepada pengguna MatahariMall.com. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling sebanyak 200 responden. Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa kuantitatif dengan metode SEM.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *Trust* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *Performance Expectancy* pengguna di MatahariMall.com, *Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Effort Expectancy* pengguna di MatahariMall.com, *Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioural Intention* pengguna di MatahariMall.com, *Performance Expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioural Intention* pengguna di MatahariMall.com, *Effort Expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Performance Expectancy* pengguna di MatahariMall.com, *Effort Expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioural Intention* pengguna di MatahariMall.com, *Sosial Influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioural Intention* pengguna di MatahariMall.com, *Behavioural Intention* konsumen Generasi X berbeda dengan konsumen Generasi Y.

Kata Kunci: *E-commerce*, *UTAUT*, *SEM*, *Trust*, *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Sosial Influence*, *Behavioural Intention*

ABSTRACT

MatahariMall.com introduces their online store that can be reached by all ages and segment. Not only selling fashion items, but also electronics and daily necessities. As a new e-commerce site and wants to continue to compete with other e-commerce competitors, MatahariMall.com strives to provide the best service starting from product searching, ordering, payment until the goods arrive to the consumer. This study measures the extent to which e-commerce users understand and accept these technologies by capitalizing on these information technologies using the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) model and expanded by adding Trust variables to explore relationships among variables.

This study uses primary data by conducting a questionnaire survey to users of MatahariMall.com. The sampling technique used purposive sampling as much as 200 respondents. Data analysis technique used in this research is quantitative analysis with SEM method.

The results of this study indicate that Trust has positive and insignificant effect on Performance Expectancy of user in MatahariMall.com, Trust has positive and significant effect to Effort Expectancy user in MatahariMall.com, Trust has

positive and significant influence toward Behavioral Intention user in MatahariMall.com, Performance Expectancy have positive and significant effect to Behavioral Intention user in MatahariMall.com, Effort Expectancy have positive and significant influence to Performance Expectancy of user at MatahariMall.com, Effort Expectancy have positive and significant effect to Behavioral Intention user in MatahariMall.com, Social Influence have positive and significant effect to Behavioral Intention users at MatahariMall.com, Behavioral Intention Consumer Generation X is different with Generation Y.

Keywords : E-commerce, UTAUT, SEM, Trust, Performance Expectancy, Effort Expectancy, Sosial Influence, Behavioural Intention

DAFTAR ISI

xi

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Sampul Depan	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan Tulisan	iv
Pernyataan Keaslian Tulisan	v
Kata Pengantar	vi
Abstrak.....	viii
Abstract.....	x
Daftar Isi	xii
Daftar Tabel	xvi
Daftar Gambar.....	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
1.5. Sistematika Penulisan tesis	11
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1. Penelitian Terdahulu.....	13
2.2. Landasan Teori.....	19

xii

2.2.1. <i>Theory of Reasoned Action (TRA)</i>	19
2.2.2. <i>Theory of Planned Behavioral (TPB)</i>	20
2.2.3. <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	21
2.2.4. <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i>	23
2.2.5. <i>Trust</i>	27
2.2.6. <i>Generasi X dan Generasi Y</i>	28
2.2.7. <i>E-commerce</i>	30
2.2.8. <i>Sistem Informasi</i>	34
2.2.9. <i>Pengaruh Trust (T) terhadap Performance Expectancy (PE)</i>	35
2.2.10. <i>Pengaruh Trust (T) terhadap Effort Expectancy (EE)</i>	36
2.2.11. <i>Pengaruh Trust (T) terhadap Behavioural Intention (BI)</i>	37
2.2.12. <i>Pengaruh Effort Expectancy (EE) terhadap Performance Expectancy (PE)</i>	38
2.2.13. <i>Pengaruh Performance Expectancy terhadap Behavioural Intention</i>	38
2.2.14. <i>Pengaruh Effort Expectancy (EE) terhadap Behavioural Intention (BI)</i>	40
2.2.15. <i>Pengaruh Social Influence (SI) terhadap Behavioural Intention (BI)</i>	41

BAB 3 METODE PENELITIAN.....	43
3.1. Kerangka Konseptual	43
3.2. Hipotesis Penelitian	44
3.3. Desain Penelitian.....	45
3.4. Identifikasi Variabel Penelitian.....	45
3.5. Definisi Operasional Variabel.....	46
3.6. Jenis dan Sumber Data	49
3.6.1. Jenis Data.....	49
3.6.2. Sumber Data.....	49
3.7. Pengukuran Variabel	50
3.8. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	51
3.8.1 Alat Pengumpulan Data.....	51
3.8.2. Metode Pengumpulan Data.....	51
3.9. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel ...	52
3.9.1. Populasi	52
3.9.2. Sampel	52
3.9.3. Teknik Pengambilan Sampel	53
3.10. Teknik Analisis Data	54
3.10.1. Uji Normal	54
3.10.2. Uji Reliabilitas dan Uji Validitas	55
3.10.3. Uji <i>Variance Extracted</i>	56
3.10.4. Model Struktural.....	56
3.10.5. Uji Beda	57
3.10.6. Analisa SEM	58

BAB 4 HASIL PENELITIAN	62
4.1. Data Penelitian	62
4.2. Karakteristik Responden.....	62
4.3. Deskripsi Jawaban Responden.....	69
4.3.1. <i>Performance Expectancy</i>	69
4.3.2. <i>Effort Expectancy</i>	71
4.3.3. <i>Social Influance</i>	73
4.3.4. <i>Behavioral Intention</i>	74
4.3.5. <i>Trust</i>	76
4.4. Hasil Analisis SEM	78
4.4.1. Asumsi SEM.....	78
4.4.2. Model Pengukuran (Validitas dan Reliabilitas Konstruk).....	80
4.4.3. Model Struktural (<i>Structural Model</i>)	84
4.4.4. Pengujian Hipotesis dan Hubungan Kausal.....	90
4.4.5. Perbedaan Generasi X dan Y	93
4.4.6. Hasil Analisa Uji <i>t-test</i>	94
4.4.7. Pembahasan Penelitian	97
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	106
5.1. Kesimpulan	106
5.2. Saran	108
DAFTAR PUSTAKA.....	110
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang.....	18
Tabel 3.1 <i>Goodness-of Fit</i>	61
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	63
Tabel 4.2 Persepsi Responden Mengenai Persepsi <i>Performance Expectancy</i>	69
Tabel 4.3 Persepsi Responden Mengenai <i>Effort Expectancy</i> ..	71
Tabel 4.4 Persepsi Responden Mengenai <i>Social Influence</i>	73
Tabel 4.5 Persepsi Responden Mengenai <i>Behavioral Intention</i>	74
Tabel 4.6 Persepsi Responden Mengenai <i>Trust</i>	76
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Asumsi Normalitas	79
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Validitas	81
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Reliabilitas	83
Tabel 4.10 Hasil <i>Goodnes Of Fit</i>	86
Tabel 4.11 Hasil <i>Goodnes Of Fit (Modification)</i>	87
Tabel 4.12 Pengujian Hipotesis.....	90
Tabel 4.13 Statistik Deskriptif <i>Behavioural Intention</i>	93
Tabel 4.13 Uji Normalitas	95
Tabel 4.14 Uji Homogenitas	95
Tabel 4.15 Uji <i>t-test</i>	96

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar1.1 Aktivitas utama dalam mengakses internet pada tahun 2015	3
Gambar 2.1 <i>Technologi Acceptance Model (TAM)</i>	22
Gambar 2.2 <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i>	24
Gambar3.1 Kerangka Konseptual UTAUT	43
Gambar4.1 Path Diagram	84
Gambar 4.2 Model <i>Modification Indices</i>	87