

PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS*, *PERCEIVED EASE OF USE*, DAN *TRUST* TERHADAP *INTENTION TO USE* MELALUI *ATTITUDE* PADA *MOBILE MONEY T-CASH* DI SURABAYA



OLEH:
REGINA JUAN CHRESTELLA PUTRI
3103015279

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2019

PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS*, *PERCEIVED EASE OF USE*, DAN *TRUST* TERHADAP *INTENTION TO USE* MELALUI *ATTITUDE* PADA *MOBILE MONEY T-CASH* DI SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

OLEH:

REGINA JUAN CHRESTELLA PUTRI

3103015279

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2019

HALAMAN PERSETUJUAN
SKRIPSI

PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS*, *PERCEIVED EASE OF USE*, DAN *TRUST* TERHADAP *INTENTION TO USE* MELALUI *ATTITUDE* PADA *MOBILE MONEY T-CASH* DI SURABAYA

Oleh:
REGINA JUAN CHRESTELLA PUTRI
3103015279

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
Untuk Diajukan Kepada Tim Penguji Sidang Akhir

Pembimbing I,



F.X. Agus Joko Waluyo Prabowo, SE., M.Si
Tanggal: 15 Januari 2019

Pembimbing II,



Arini, Dra. Ec., MM
Tanggal: 15 Januari 2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang telah ditulis oleh Regina Juan Chrestella Putri dengan NRP 3103015279 telah di uji pada tanggal 26 Januari 2019 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji:



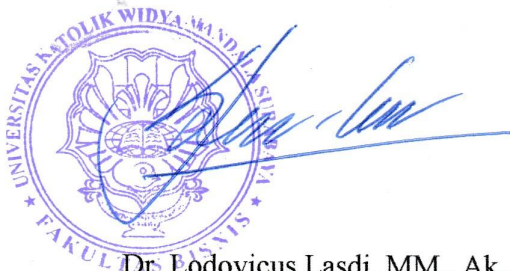
Dra. Ec. Ninuk Muljani, MM.

NIK. 311.95.0230

Mengetahui,

Dekan,

Ketua Jurusan,



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

NIK. 321.99.0370



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

NIK. 311.11.0678

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

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

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Regina Juan Chrestella Putri

NRP : 3103015279

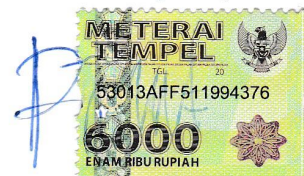
Judul Skripsi : Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, dan Trust Terhadap Intention to Use Melalui Attitude Pada Mobile Money T-Cash di Surabaya

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, 15 Januari 2019

Yang menyatakan,



Regina Juan Chrestella Putri

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa, karena atas rahmat dan penyertaan-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir berjudul “*Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, dan Trust Terhadap Intention to Use Melalui Attitude Pada Mobile Money T-Cash di Surabaya*”. Tugas akhir bertujuan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyelesaian tugas akhir ini, telah banyak pihak yang membantu penulis baik secara langsung maupun tak langsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Lodovicus Lasdi, MM.,Ak.,CA selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katoik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit, SE. M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katoik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak F.X. Agus Joko Waluyo Prabowo, SE., M.SiSi selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan saran-saran yang berguna sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
4. IbuArini, Dra. Ec., MM. selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan saran-saran yang berguna sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
5. Segenap Dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan selama masa studi, dan Tim AsDos Pelatihan Alat Statistikyang banyak memberikan bantuan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

6. Kedua Orang Tua dan Saudara yaitu Papa, Mama, Agata dan Paola yang merupakan tujuan utama penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Keluarga Besar KeSuMa (Kelompok Studi Manajemen) angkatan 2013, 2014, 2015, 2016 dan 2017 yang selalu memberikan semangat dan bantuan kepada penulis selama masa studi.
8. Keluarga Besar KKN-APTIK Peduli Mentawai Batch 2 selalu memberikan semangat dan bantuan kepada penulis selama masa studi.
9. Teman-teman RIT yaitu Tessalonika Clara dan Devi Oktamila yang selalu memberikan semangat dan bantuan pada penulis.
10. Teman-teman Aster Florist yaitu Birgita Nanda, Vania dan Priscilla Auriella yang selalu memberikan semangat dan bantuan pada penulis.
11. Teman-teman Busuk yaitu Gizka Eki, Lia Sintia, Monica Karien, Ika Aprilia, Elisabeth Lorensia dan Herlina Ohee yang selalu memberikan semangat dan bantuan pada penulis.
12. Firly Sagita selaku teman yang memberikan banyak bantuan sehingga skripsi dapat diselesaikan.
13. Teman-Teman SMA yaitu Nesia Bening, Geraldine Nathalia dan Nadya Larasati yang selalu memberikan semangat dan bantuan pada penulis.
14. Pihak-pihak yang berkepentingan yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu, terimakasih atas doa dan dukungannya.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna, Oleh karena itu, kritik maupun saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan skripsi ini kedepannya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi pihak yang memerlukannya.

Surabaya, 13 Januari 2019

Regina Juan Chrestella Putri

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 <i>Technology Acceptance Model</i>	8
2.1.2 <i>Perceived Usefulness</i>	9
2.1.3 <i>Perceived Ease of Use</i>	10
2.1.4 <i>Trust</i>	10
2.1.5 <i>Attitude</i>	11
2.1.6 <i>Intention to Use</i>	11
2.2 Penelitian Terdahulu.....	12
2.3 Pengembangan Hipotesis	14
2.3.1 Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Attitude</i>	14
2.3.2 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Attitude</i>	15
2.3.3 Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Attitude</i>	15
2.3.4 Pengaruh <i>Attitude</i> dengan <i>Intention to Use</i>	16
2.3.5 Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Intention to Use</i> melalui <i>Attitude</i>	16
2.3.6 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Intention to Use</i> melalui <i>Attitude</i>	17
2.3.7 Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Intention to Use</i> melalui <i>Attitude</i>	17
2.4 Rerangka Penelitian.....	18

BAB 3. METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian	19
3.2 Identifikasi Variabel, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel ..	19
3.3 Jenis Data dan Sumber Data	22
3.4 Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	22
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Penyampelan	23
3.6 Analisis Data	24
BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHSAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	27
4.2 Deskripsi Data	28
4.3 Analisis Data	32
4.4 Pembahasan.....	40
BAB 5. SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN	
5.1 Simpulan	45
5.2 Keterbatasan.....	46
5.3 Saran	46
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahuludan PenelitianSekarang	13
Tabel 3.1 Interval Rata-Rata Skor	24
Tabel 3.2 Uji Kecocokan Keseluruhan Model	27
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	28
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	28
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Jenis Pekerjaan	29
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	30
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	30
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Trust</i>	31
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Attitude</i>	32
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Intention to Use</i>	33
Tabel 4.9 Hasil <i>Univariate Normality</i>	33
Tabel 4.10 Hasil <i>Multivariate Normality</i>	34
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas	34
Tabel 4.12 Hasil Perbandingan Uji <i>Construct Reliability</i> PU.....	35
Tabel 4.13 Hasil Perbandingan Uji <i>Construct Reliability</i> PEOU.....	36
Tabel 4.14 Hasil Perbandingan Uji <i>Construct Reliability</i> T	36
Tabel 4.15 Hasil Perbandingan Uji <i>Construct Reliability</i> A.....	37
Tabel 4.16 Hasil Perbandingan Uji <i>Construct Reliability</i> ITU	37
Tabel 4.17 Hasil Uji Kecocokan Keseluruhan Model	38
Tabel 4.18 Hasil Uji Kecocokan Hipotesis	40

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data <i>Mobile Payment User Base</i> 2017.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Teori TAM.....	8
Gambar 2.2 Rerangka Penelitian.....	17

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Data Isian Responden
- Lampiran 3. Karakteristik Responden
- Lampiran 4. Uji Normalitas
- Lampiran 5. Output SEM
- Lampiran 6. Path Diagram

ABSTRAK

Teknologi penggunaan *mobile money* merupakan suatu cara untuk mempermudah masyarakat dalam bertransaksi. Proses penggunaan *mobile money* yang dilakukan dipengaruhi oleh banyak faktor. Salah satunya faktor teknologi seperti yang dijelaskan pada teori TAM (*Technology Acceptance Model*), yakni faktor kemudahan penggunaan dan kemanfaatan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *trust* terhadap *intention to use* melalui *attitude* pada *mobile money T-Cash* di Surabaya. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 150 responden yang mengetahui dan berminat menggunakan *mobile money T-Cash*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan cara *purposive sampling*. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis SEM dengan program LISREL.

Hasil penelitian membuktikan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *attitude*, *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *attitude*, *trust* berpengaruh positif terhadap *attitude*, *attitude* berpengaruh positif terhadap *intention to use*, *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *intention to use* melalui *attitude*, *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *intention to use* melalui *attitude*, *trust* berpengaruh positif terhadap *intention to use* melalui *attitude*. Berdasarkan hasil pembahasan dari penelitian ini diharapkan untuk *T-Cash* dapat lebih mengkomunikasikan kepada konsumen mengenai kegunaan *T-Cash*, sehingga dapat meningkatkan persepsi kegunaan dan sikap positif. Maka dengan meningkatnya sikap positif konsumen akan dapat menaikkan niat penggunaan *mobile money T-Cash*.

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

ABSTRACT

The technology of using mobile money is a way to make it easier for people to transact. The process of using mobile money is influenced by many factors. One of them is a technological factor as explained in the TAM theory (Technology Acceptance Model), namely the factor of ease of use and expediency. The purpose of this study was to determine the effect of perceived usefulness, perceived ease of use, and trust in the intention to use through attitude on mobile money T-Cash in Surabaya. The sample used in this study was 150 respondents who knew and were interested in using mobile money T-Cash. The sampling technique used is non probability sampling by means of purposive sampling. Data was collected using a questionnaire. The data analysis technique used is SEM analysis with the LISREL program.

The results prove that perceived usefulness affect attitude, perceived ease of use has a positive effect on attitude, trust has a positive effect on attitude, attitude has a positive effect on intention to use, perceived usefulness affect the intention to use through attitude, perceived ease of use positive towards intention to use through attitude, trust has a positive effect on the intention to use through attitude. Based on the results of the discussion of this study, it is expected that T-Cash can better communicate to consumers about the use of T-Cash, so that it can improve the perception of usability and a positive attitude. So with the increase in positive attitude consumers will be able to increase the intention to use mobile money T-Cash.

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