

**PENGARUH *PERCEIVED RISK*, *PERCEIVED EASY OF USE*, DAN *PERCEIVED ENJOYMENT*
TERHADAP *INTENTION TO USE*
MELALUI *SATISFACTION*
PADA APLIKASI SORABEL
BY SALE STOCK
DI SURABAYA**



OLEH:

EKA YANTI

3103015338

FAKULTAS BISNIS
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2019

PENGARUH *PERCEIVED RISK*, *PERCEIVED EASY OF USE*, DAN *PERCEIVED ENJOYMENT* TERHADAP *INTENTION TO USE* MELALUI *SATISFACTION* PADA APLIKASI SORABEL BY SALE STOCK DI SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

OLEH:

EKA YANTI

3103015338

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA 2019

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *PERCEIVED RISK*, *PERCEIVED EASY OF USE*, DAN
PERCEIVED ENJOYMENT TERHADAP INTENTION TO
USE MELALUI *SATISFACTION* PADA APLIKASI
SORABEL BY SALE STOCK DI SURABAYA**

Oleh:
EKA YANTI
3103015338

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Margaretha Ardhani, SE., M.Si.

NIK : 311.95.0228

Tanggal: 21 JUNI 2019

Pembimbing II,



C. Martono, Drs. Ec.M.Si

NIK : 311.89.0168

Tanggal: 21 JUNI 2019

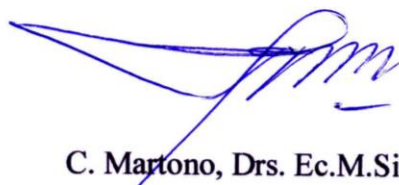
HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Eka Yanti NRP 3103015338

Telah diuji pada tanggal 26 Juni 2019 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji:

Sekretaris Tim Penguji:



C. Martono, Drs. Ec.M.Si

NIK. 311.89.0168

Mengetahui:

Dekan,



Dr. Lodovicus L., MM., Ak., CA., CPAI

NIK : 321.99.0370

Ketua Jurusan,



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 : Eka Yanti

NRP : 3103015338

Judul Skripsi : Pengaruh *Perceived Risk*, *Perceived Ease Of Use*, *Perceived Enjoyment* terhadap *Intention to Use* melalui *Satisfaction* pada aplikasi Sorabel by Sale Stock di Surabaya.

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarisme, 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, 24 JUNI 2019

Yang menyatakan



Eka Yanti

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala kelimpahan dan karunia-Nya didalam proses menulis skripsi yang berjudul “Pengaruh *Perceived Risk*, *Perceived Ease Of Use*, *Perceived Enjoyment* terhadap *Intention to Use* melalui *Satisfaction* pada aplikasi Sorabel by Sale Stock di Surabaya.”, dimana tugas ini sebagai syarat didalam menyelesaikan studi akhir pendidikan S-1.

Pada proses penyelesaian tugas akhir ini, penulis mendapatkan beberapa dukungan, doa serta motivasi dari berbagai pihak. Didalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA selaku Dekan dari Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Dr. Margaretha Ardhani, SE., M.Si. selaku dosen pembimbing satu yang telah menyediakan waktu, saran dan tenaganya didalam proses bimbingan tugas akhir dengan baik.
3. C. Martono, Drs. Ec.M.Si. selaku dosen pembimbing dua yang telah menyediakan waktu, tenaga dan saran untuk bimbingan tugas akhir dengan baik.
4. Seluruh Dosen dari Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah berkontribusi selama proses perkuliahan.
5. Dosen-dosen dari rumpun retail yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya didalam proses perkuliahan.
6. Staff-staff dari Tata Usaha Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah membantu didalam keperluan proses administrasi didalam proses perkuliahan.
7. Papa, Mama, Tante dan Daniel yang selalu dengan sabar memberikan semangat, motivasi, serta kasih sayang dan doa yang tak terhingga sampai detik ini kepada penulis agar dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik dan tepat waktu.
8. Lidya Carolina, Arin Novitasari, dan diri saya sendiri yang sudah selalu ada memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis selama proses kuliah sampai pengerjaan skripsi.
9. Pihak lain yang tidak sempat disebutkan oleh penulis, yang telah memberikan berbagai bantuan didalam proses perkuliahan maupun penyelesaian tugas akhir.

Akhir kata, penulis tahu bahwa skripsi ini tidak sempurna. penulis akan dengan senang hati untuk selalu menerima saran dan kritik dari pembaca. Terima kasih atas perhatian yang diberikan selama ini, mohon maaf jika ada kata-kata yang kurang berkenan.

Surabaya, 24 Juni 2019

Eka Yanti

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
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.....	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.4.1 Manfaat Akademis	13
1.4.2 Manfaat Praktis	13
1.5 Sistematika Penulisan	13
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Intention to Use.....	16
2.1.2 <i>Satisfaction</i>	17
2.1.3 <i>Perceived Risk</i>	18
2.1.4 <i>Perceived Easy of Use</i>	19
2.1.5 <i>Perceived Enjoyment</i>	20
2.2 Penelitian Terdahulu	21

2.2.1 Penelitian terdahulu dan Penelitian sekarang dapat dilihat pada tabel-tabel dihalaman berikut:	22
2.3 Pengembangan Hipotesis	23
2.3.1 Pengaruh <i>Satisfaction</i> terhadap <i>Intention to Use</i>	23
2.3.2 Pengaruh <i>Perceived Risk</i> terhadap <i>Satisfaction</i>	23
2.3.3 Pengaruh <i>Perceived Easy of Use</i> terhadap <i>Satisfaction</i>	24
2.3.4 Pengaruh <i>Perceived Enjoyment</i> terhadap <i>Satisfaction</i>	24
2.4.a Model Penelitian.....	25
2.4.b Model Konseptual	25
BAB 3 METODE PENELITIAN	26
3.1 Desain Penelitian	26
3.2 Identifikasi, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel.....	26
3.2.1 Identifikasi Variabel	26
3.2.2 Definisi Operasional.....	27
3.2.2.1 <i>Perceived Risk</i>	27
3.2.2.2 <i>Perceived Easy of Use</i>	27
3.2.2.3 <i>Perceived Enjoyment</i>	28
3.2.2.4 <i>Satisfaction</i>	28
3.2.2.5 <i>Intention to Use</i>	29
3.2.3 Skala Pengukuran Variabel	29
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	30
3.3.1 Jenis Data.....	30
3.3.2 Sumber Data.....	30
3.4 Metode Pengumpulan Data	30
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	30
3.5.1 Populasi	30
3.5.2 Sampel	31
3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	31
3.6 Teknik Analisis Data	31
3.6.1 Uji Normalitas Data.....	32
3.6.2 Uji Kecocokan Model Pengukuran	32
3.6.3 Uji Kecocokan Keseluruhan Model	33

3.6.4 Uji Kecocokan Model Struktural	35
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	36
4.1.1 Berdasarkan Pembelian.....	36
4.1.2 Berdasarkan Tempat Tinggal	37
4.1.3 Berdasarkan Jenis kelamin.....	37
4.1.4 Berdasarkan Usia.....	38
4.1.5 Pendidikan Terakhir	38
4.1.6 Pekerjaan.....	39
4.1.7 Berdasarkan Pengeluaran.....	39
4.2 Deskripsi Data	40
4.2.1 Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Risk</i>	41
4.2.2 Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Easy of Use</i>	41
4.2.3 Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Enjoyment</i>	42
4.2.4 Statistik Deskriptif Variabel <i>Satisfaction</i>	43
4.2.5 Statistik Deskriptif Variabel <i>Intention to Use</i>	44
4.3 Hasil Analisa Data	45
4.3.1 Uji Normalitas	45
4.3.2 Uji Validitas	46
4.3.3 Uji Reabilitas.....	47
4.3.4 Uji Kecocokan Keseluruhan Model	48
4.3.5 Uji Kecocokan Model Struktural	49
4.4 Pembahasan.....	51
4.4.1 Pengaruh <i>Perceived Risk</i> terhadap <i>Satisfaction</i>	51
4.4.2 Pengaruh <i>Perceived Easy of Use</i> terhadap <i>Satisfaction</i>	52
4.4.3 Pengaruh <i>Perceived Enjoyment</i> terhadap <i>Satisfaction</i>	53
4.4.4 Pengaruh <i>Satisfaction</i> terhadap <i>Intention to Use</i>	53
BAB 5 KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN	55
5.1 Kesimpulan	55
5.2 Keterbatasan.....	56
5.3 Saran.....	56
5.3.1 Saran Akademis.....	56

5.3.2 Saran Praktis.....	57
Daftar Pustaka	58
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.2 Pengguna Smarthphone	2
Tabel 2.2.1 Perbandingan Peneliiian Terdahulu dengan Penelitian Saat ini	22
Tabel 4.1 Pembelian Produk Sorabel by Sale Stock Minimal Satu Kali	37
Tabel 4.2 Tinggal di Surabaya	38
Tabel 4.3 Jenis Kelamin	38
Tabel 4.4 Usia	39
Tabel 4.5 Pendidikan Terakhir	39
Tabel 4.6 Pekerjaan	40
Tabel 4.7 Pengeluaran	41
Tabel 4.8 Interval Rata-Rata Setiap Variabel	41
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Risk</i>	42
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Ease Of Use</i>	43
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Enjoyment</i>	44
Tabel 4.12 Statistik Deskriptif Variabel <i>Satisfaction</i>	45
Tabel 4.13 Statistik Deskriptif Variabel <i>Intention to Use</i>	45
Tabel 4.14 Test of Univariate Normality for Continous Variables	46
Tabel 4.15 Test of Multivariate Normality for Continous Variables	47
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas	48
Tabel 4.17 Hasil Uji Reabilitas	49
Tabel 4.18 Pengujian Kecocokan Keseluruhan Model	49
Tabel 4.19 Pengujian Hipotesis	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.2 Sepuluh <i>E-commerce</i> dengan Jumlah Pengunjung Terbanyak.....	10
Gambar 2.1 Model Penelitian	25

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Identifikasi Responden
- Lampiran 3. Data Responden
- Lampiran 4. Deskripsi Responden
- Lampiran 5. Output Prelis
- Lampiran 6. Output Risrel
- Lampiran 7. Path Diagram
- Lampiran 8. Uji Reabilitas

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong ritel *online* dan mengubah gaya hidup orang dalam berbelanja . Gaya hidup eramillennial (generasi Y yang lahir pada 1980 hingga 2000) banyak mempengaruhi toko ritel. Masyarakat Indonesia lebih memilih untuk berbelanja *online* . Dengan berkembangnya zaman sekarang, meningkatnya *smartphone* dan koneksi internet yang berkecepatan tinggi, perusahaan yang berfokus pada strategi pemasaran dan penjualan melalui perangkat *mobile* disebut *mobile commerce*. Teknologi internet seperti aplikasi memberikan kemudahan dalam beraktivitas. Kemudahan ini menjadikan segala sesuatu menjadi semakin cepat sehingga orang memiliki lebih banyak waktu serta menunjang pekerjaan manusia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Persepsi Resiko, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenikmatan terhadap Niat Penggunaan melalui Kepuasan pada aplikasi Sorabel by Sale Stock di Surabaya.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode penelitian studi kepustakaan dan kuisioner. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah purposive sampling, sedangkan teknik analisis yang digunakan adalah metode SEM Lisrel 8.54. Responden yang diambil adalah pengguna aplikasi Sorabel by Sale Stock sebanyak 160 responden.

Hasil penelitian ini menunjukkan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenikmatan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan dan Niat Penggunaan. Sedangkan Persepsi Resiko berpengaruh negative signifikan terhadap Kepuasan dan Niat Penggunaan Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada aplikasi Sorabel by Sale Stock maka dapat disarankan untuk lebih baik dalam mengatur Persepsi Resiko, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenikmatan agar konsumen merasa lebih mudah, nyaman, dan mengubah hati saat menggunakan serta memiliki rasa kepuasan pada pengguna aplikasi Sorabel by Sale Stock

Kata Kunci : Persepsi Resiko, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenikmatan, Niat Penggunaan, Kepuasan.

ABSTRACT

Influence *Perceived Risk, Perceived Ease Of Use, Perceived Enjoyment* to *Intention to Use* through *Satisfaction* on Application Sorabel by Sale Stock in Surabaya

Technological developments have driven *online* retailing and changed people's lifestyles in purchasing. Eramillennial lifestyles (generation Y born in 1980 to 2000) affect many retail stores. Indonesian people prefer to buy *online*. With the development of today, collecting *smartphones* and high-speed internet connections, companies that support marketing and sales strategies through *mobile* devices are called *mobile commerce*. Internet technology such as applications makes it easy to move. This convenience makes things better for others. The purpose of this study was to study the effect of *Perceived Risk, Perceived Ease of Use, and Perceived Enjoyment* on *Intentions to use* through *Satisfaction* in Sorabel applications by Sale Stock in Surabaya.

This research is a type of quantitative research with library research and questionnaire research methods. The technique used in sampling was purposive sampling, while the analysis technique used was the SEM Lisrel 8.54 method. Respondents taken were Sorabel application users by Stock Stock as many as 160 respondents.

The results of this study indicate, *Perceived Ease of Use, and Perceived Enjoyment* have a significant positive effect on *Satisfaction and Intention to Use*. While *Perceived Risk* has a significant negative effect on *Satisfaction and Intention of Use*. Based on the results of research conducted on the Sorabel by Sale Stock application, it can be suggested to be better in managing *Perceived Risk, Perceived Ease of Use, and Perceived Enjoyment* so that consumers feel easier, more comfortable, and change hearts when using and having a sense of satisfaction with Sorabel by Sale Stock application users

Key words : *Perceived Risk, Perceived Ease Of Use, Perceived Enjoyment, Intention to Use Satisfaction*