

**PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI
KEMUDAHAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
MINAT PERILAKU MELALUI KETERBUKAAN DAN
SELF EFFICACY KONSUMEN PADA
SOCIOLLA.COM**



OLEH:
ALEXANDRA DWIARIANI WAWOLANGI
3103016212

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2020

**PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI
KEMUDAHAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
MINAT PERILAKU MELALUI KETERBUKAAN DAN
SELF EFFICACY KONSUMEN PADA
SOCIOLLA.COM**

SKRIPSI
Diajukan Kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen

OLEH
ALEXANDRA DWIARIANI WAWOLANGI
3103016212

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2020

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT PERILAKU MELALUI
KETERBUKAAN DAN *SELF EFFICACY* KONSUMEN PADA
SOCIOLLA.COM

OLEH
ALEXANDRA DWIARIANI WAWOLANGI
3103016212

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
Untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Dra. Ec. Lydia Ari Widyarini, MM
NIDN: 0727036701
Tanggal: 25 Juni 2020

Pembimbing II,



Robertus Sigit Harbowo Lukito
C=ID, OU=Management
Department, C=Widyia Mandala
Catholic University Surabaya,
CN=Robertus Sigit Harbowo
Lukito, E=rsigit@ulwms.ac.id
Berlaku sd 19 Oktober 2020
Surabaya, Jawa Timur, IDN
2020-07-27 09:24:42

Robertus Sigit, SE., M.Sc.
NIDN: 0703087902
Tanggal: 29 Juni 2020

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Alexandra Dwiariani Wawolangi NRP: 310301621
Telah diuji pada tanggal 17 Juli 2020 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji



Dr. Dra. Ec. Lydia Ari Widyarini, MM
NIDN: 0727036701

Mengetahui:

Dekan



Dr. Lodovicus Lasdi, M.M., Ak., CA., CPA.
NIDN: 0713097203

Ketua Jurusan



Robertus Sigit Haribowo Lukito
CN=Robertus Sigit Haribowo
Lukito, OU=Head of
Management Department,
O=Widya Mandala Surabaya
Catholic University,
E=hod-manage@ukwms.ac.id
I am approving this document
Surabaya,East Java,IDN
2020-07-29 05:07:20

Robertus Sigit H.L., SE.,M.Sc
NIDN: 0703087902

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Alexandra Dwiariani Wawolangi

NRP : 3103016212

Jurusan : Manajemen

Program Studi : Ritel

Fakultas : Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa proposal skripsi saya yang berjudul :

Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Perilaku Melalui Keterbukaan dan Kemampuan melakukan Sesuatu Konsumen Pada Sociolla.com.

Adalah benar – benar hasil karya saya sendiri. Apabila nanti dikemudian hari terbukti bahwa karya tulis saua ini merupakan hasil plagiarisme, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku di jurusan, fakultas maupun universitas.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran.

Surabaya, 20 Juni 2020
Yang membuat pernyataan,



Alexandra Dwiariani Wawolangi

Mengetahui,

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II

Dr. Dra. Ec. Lydia Ari Widyarini, MM

Robertus Sigit, SE., M.Sc.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala kelimpahan dan karunia-Nya didalam proses penulisan skripsi yang berjudul "Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Perilaku Melalui Keterbukaan dan *Self Efficacy* Konsumen Pada Sociolla.com", 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. Kepada sang pencipta Tuhan Yesus Kristus yang selalu memberikan berkat melimpahnya kepada saya selama masa hidup saya hingga telah menyelesaikan perkuliahan dengan tugas akhir ini dengan baik dan lancar.
2. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA selaku Dekan dari Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dr. Dra. Ec. Lydia Ari Widyarini, MM selaku dosen pembimbing satu dan dosen Pendamping Akademik yang sudah menyediakan waktu, saran dan tenaganya didalam proses bimbingan tugas akhir sehingga dapat berjalan dengan baik.
4. Bapak Robertus Sigit, SE., M.Sc. selaku dosen pembimbing dua dan Ketua Jurusan Fakultas Bisnis yang sudah menyediakan waktu, saran dan tenaganya di dalam proses bimbingan tugas akhir sehingga dapat berjalan dengan baik.
5. Seluruh Dosen dari Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah berkontribusi selama proses perkuliahan.
6. Dosen-dosen dari rumpun retail yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya di dalam proses perkuliahan.
7. Papa, Mama, Kak Mega, dan Mak 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. Alfin, Rara, Regina, Angel, dan semua keluarga besar penulis yang selalu memberikan motivasi dan dukungannya kepada penulis dalam proses pengerjaan skripsi ini.
9. Kevin Wayne Rainey dan keluarga yang selalu memberikan motivasi dan dukungan kepada penulis agar selalu semangat dalam pengerjaan skripsi ini.
10. Aset Mewah (Inggried, Siska, Sabet, Nadia, dan Marissa) serta Bola 8 (Ivan, Sandi, Dimas, Bintang, Verby, Adrian, Iren, Rafil, Alex, Farly) yang selalu memberikan bantuan, semangat, dan dukungan kepada penulis setiap harinya dalam proses perkuliahan hingga pengerjaan skripsi ini.
11. Vania, Valerie, Bernadeth, Yustina serta teman-teman penulis lainnya yang sudah memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis selama proses kuliah sampai pengerjaan skripsi.
12. Keluarga besar rumpun Retail dan mahasiswa angkatan 2016
13. Pihak lain yang tidak sempat disebutkan oleh penulis, yang telah memberikan berbagai bantuan serta doa dalam 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, _____

Alexandra Dwiariani Wawolangi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PESETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	10
2.1.2 <i>Perceived Usefulness</i>	11
2.1.3 <i>Perceived Ease of Use</i>	12
2.1.4 <i>Trust</i>	13
2.1.5 <i>Openness</i>	14
2.1.6 <i>Self Efficacy</i>	15
2.1.7 <i>Intention to Use</i>	15
2.2 Penelitian Terdahulu	16
2.3 Model Penelitian	18
2.4 Hipotesis.....	18

BAB 3 METODE PENELITIAN.....	19
3.1 Desain Penelitian.....	19
3.2 Identifikasi variabel, Definisi Operasional	19
3.2.1 Identifikasi Variabel.....	19
3.2.2 Definisi Operasional	19
3.3 Jenis Data dan Sumber Data	23
3.3.1 Jenis Data	23
3.3.2 Sumber Data.....	23
3.4 Metode Pengumpulan Data	23
3.5 Populasi dan Sampel	24
3.6 Analisis Data	24
3.6.1 Uji Normalitas.....	25
3.6.2 Uji Validitas	25
3.6.3 Uji Reliabilitas	26
3.6.4 Uji kecocokan Keseluruhan Model.....	26
3.6.5 Uji Kecocokan Model Struktural dan Uji Hipotesis	27
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	28
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	28
4.1.1 Karakteristik Responden.....	28
4.2 Deskripsi Data.....	30
4.3 Hasil Analisis Data.....	35
4.3.1 Uji Normalitas.....	35
4.3.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	36
4.3.3 Uji Kecocokan Model Keseluruhan.....	38
4.3.4 Uji Kecocokan Model Struktural	38
4.3.5 Uji Hipotesis	41
4.4 Pembahasan.....	42
4.4.1 Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Intention to Use</i>	42
4.4.2 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Intention to Use</i> ...	43
4.4.3 Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Intention to Use</i>	44
4.4.4 Pengaruh <i>Openness</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i>	45

4.4.5	Pengaruh <i>Openness</i> terhadap <i>Perceived Ease of Use</i>	45
4.4.6	Pengaruh <i>Self Efficacy</i> terhadap <i>Perceived Ease of Use</i>	46
4.4.7	Pengaruh <i>Self Efficacy</i> terhadap <i>Trust</i>	47
4.4.8	Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> , <i>Perceived Ease of Use</i> , dan <i>Trust</i> terhadap <i>Intention to Use</i> melalui <i>Openness</i> dan <i>Self</i> <i>Efficacy</i> pada <i>website Sociolla.com</i> di Surabaya	47
BAB 5 SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN		49
5.1	Simpulan	49
5.2	Keterbatasan	50
5.3	Saran	50
5.3.1	Saran Praktis	50
5.3.2	Saran Akademis	51
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: E-commerce Yang Ada di Indonesia	4
Tabel 2.1: Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang.....	17
Tabel 4.1: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	28
Tabel 4.2: Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	29
Tabel 4.3: Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	29
Tabel 4.4: Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Saat Ini.....	29
Tabel 4.5: Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Dalam Sebulan.....	30
Tabel 4.6: Rata-Rata Skor	30
Tabel 4.7: Deskriptif Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	31
Tabel 4.8: Deskriptif Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	31
Tabel 4.9: Deskriptif Variabel <i>Trust</i>	32
Tabel 4.10: Deskriptif Variabel <i>Openness</i>	33
Tabel 4.11: Deskriptif Variabel <i>Self Efficacy</i>	34
Tabel 4.12: Deskriptif Variabel <i>Intention to Use</i>	34
Tabel 4.13: Hasil Uji <i>Univariate Normality</i>	35
Tabel 4.14: Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i>	36
Tabel 4.15: Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	37
Tabel 4.16: Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	38
Tabel 4.17: Koefisien Regresi.....	39
Tabel 4.18: Pengujian Hipotesis	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pola Perilaku Belanja Online 2019	3
Gambar 1.2 Halaman Utama <i>Website Sociolla</i>	6
Gambar 1.3 Halaman Utama <i>Beauty Journal by Sociolla</i>	6
Gambar 2.1 Model Penelitian	18
Gambar 4.1 <i>Output SEM t-values dan Lisrel Estimate</i>	39

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Tabel Deskripsi Responden
- Lampiran 3 Identifikasi Responden
- Lampiran 4 Statistik Deskriptif
- Lampiran 5 Output Prelis
- Lampiran 6 Output Lisrel
- Lampiran 7a Path *T-Value*
- Lampiran 7b Path *Standardize Solution*
- Lampiran 7c Path *Estimate*
- Lampiran 7d Hasil Uji Reliabilitas

ABSTRAK

Dalam era globalisasi saat ini jumlah pengguna internet sangatlah besar dan semakin berkembang dengan pesat, terutama di negara Indonesia. Perkembangan internet juga mempengaruhi perkembangan ekonomi dunia. Transaksi jual beli di era moderen saat ini tidak hanya dengan bertatap muka, namun dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja hanya dengan bermodalkan smartphone dan internet. Teknologi internet seperti aplikasi atau website semakin memberikan kemudahan dalam aktifitas berbelanja. Kemudahan ini menjadikan segala sesuatu menjadi efektif dan efisien sehingga dapat menunjang pekerjaan manusia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Perilaku Melalui Keterbukaan dan Self Efficacy Konsumen Pada Sociolla.com.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Perilaku Melalui Keterbukaan dan Kemampuan melakukan Sesuatu Konsumen Pada Sociolla.com di Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 143 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis SEM dengan program LISREL.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap Minat Perilaku. Kepercayaan yang tidak signifikan terhadap Minat Perilaku. Persepsi Kegunaan dan Persepsi kemudahan signifikan terhadap Keterbukaan. Kepercayaan signifikan terhadap Kemampuan melakukan sesuatu, dan Persepsi Kemudahan yang tidak signifikan terhadap Kemampuan melakukan sesuatu.

Kata Kunci: Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Minat Perilaku, Keterbukaan, Kemampuan Melakukan Sesuatu

ABSTRACT

In the current era of globalization, the number of internet users is very large and is growing rapidly, especially in Indonesia. The development of the internet also influenced the development of the world economy. Buy and sell transactions in the modern era today are not only face to face, but can be done anywhere and anytime by using smartphone and internet. Internet technologies such as applications or websites provide convenience in shopping activities. This convenience makes everything more effective and efficient, as it supports human work. The purpose of this study is to determine the effect of perception of use, perception of ease, and trust in behavioral intentions through openness and the ability to do something at Sociolla.com.

This research is to analyze the Impact of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Trust to Intention to Use through Openness and Self Efficacy at Sociolla.com in Surabaya. This research uses quantitative methods and the data used in this study is primary data. The number of samples used in this study were 143 respondents. The analysis technique used is SEM analysis with the LISREL program.

The results of this research indicate that Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use are significant for Intention to Use. Trust is not significant for Intention to Use. Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use are significant for Openness. Trust is significant for Self Efficacy, and Perceived Ease of use are not significant for Self Efficacy.

Keywords: Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, Intention to Use, Openness, Self Efficacy