

PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS* DAN *PERCEIVED EASE OF USE* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* DENGAN *TRUST* SEBAGAI *INTERVENING*: SURVEI PADA *CUSTOMER LAZADA* DI DKI JAKARTA

SITI NURJANAH

1705618003



Skripsi ini Disusun untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mendapatkan Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2022

***THE INFLUENCE OF PERCEIVED USEFULNESS AND
PERCEIVED EASE OF USE ON REPURCHASE INTENTION
WITH TRUST AS INTERVENING: SURVEY ON LAZADA
CUSTOMERS IN DKI JAKARTA***

SITI NURJANAH

1705618003



*This Thesis was Written to Fulfill One of the Requirements for Bachelor Degree of
Management in Faculty of Economics at State University of Jakarta*

BACHELOR DEGREE OF MANAGEMENT

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2022

ABSTRAK

SITI NURJANAH. 1705618003, 2022; Pengaruh *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* terhadap *Repurchase Intention* dengan *Trust* sebagai *Intervening*: Survei pada *Customer* Lazada di DKI Jakarta. Skripsi, Jakarta: Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Agung Kresnamurti Rivai P, S.T., M.M dan Shandy Aditya, BIB, MBPS.

Pandemi COVID-19 telah memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan konsumsi dan penggunaan layanan digital oleh masyarakat Indonesia. Salah satu layanan digital yang digunakan yaitu situs *e-commerce*. Sehingga fenomena ini menimbulkan persaingan yang ketat antar *e-commerce* di Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh signifikan *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap *repurchase intention* melalui *trust* pada situs Lazada. Metode pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner *online* melalui *Google Forms*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 252 responden yang berdomisili di DKI Jakarta, berusia 18 – 38 tahun dan pernah melakukan transaksi pembelian di Lazada minimal lima kali dalam satu tahun terakhir. Teknik analisis data menggunakan SPSS versi 26 dan SEM (*Structural Equation Model*) Lisrel versi 8.8 untuk mengolah data dan menganalisis data hasil penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *trust*, *perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap *trust*, *trust* berpengaruh signifikan terhadap *repurchase intention*, *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *repurchase intention*, *perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap *repurchase intention*, *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *repurchase intention* melalui *trust*, *perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap *repurchase intention* melalui *trust*.

Kata Kunci: *perceived usefulness, perceived ease of use, trust, repurchase intention, lazada*

Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa

ABSTRACT

SITI NURJANAH. 1705618003, 2022; *The Influence of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use on Repurchase Intention with Trust as Intervening: Survey on Lazada Customers in DKI Jakarta. Thesis, Jakarta: Management Study Program, Faculty of Economics, State University of Jakarta. Advisory Team: Agung Kresnamurti Rivai P, S.T., M.M and Shandy Aditya, BIB, MPBS.*

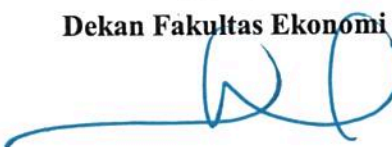
The COVID-19 pandemic has a significant impact on the increased consumption and using digital services of Indonesian people. One of the digital services used is an e-commerce site. This phenomenon causes intense competition between e-commerce in Indonesia. The purpose of this study was to determine the significant effect of perceived usefulness and perceived ease of use on repurchase intention through trust on the Lazada site. Data collection method by distributing online questionnaires through Google Forms. The sample in this study amounted to 252 respondents who live in DKI Jakarta, aged 18 – 38 years and have made purchases at Lazada at least five times in the past year. Data analysis techniques used SPSS version 26 and SEM (Structural Equation Model) Lisrel version 8.8 to process data and analyze research data. The results showed that perceived usefulness has a significant effect on trust, perceived ease of use has a significant effect on trust, trust has a significant effect on repurchase intention, perceived usefulness has a significant effect on repurchase intention, perceived ease of use has a significant effect on repurchase intention, perceived usefulness has a significant effect on repurchase intention through trust, perceived ease of use has a significant effect on repurchase intention through trust.







Keywords: *perceived usefulness, perceived ease of use, trust, repurchase intention, lazada*

*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PenanggungJawab
Dekan Fakultas Ekonomi


Prof. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd
NIP 1972207152001121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	<u>Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M</u> NIP 197206272006041001 (Ketua Penguji)		22 Agustus 2022
2	<u>Andi Muhammad Sadat, SE, M.Si., Ph.D</u> NIP 197412212008121001 (Penguji 1)		26 Agustus 2022
3	<u>Dr. Heny Hendrayati, S.IP., M.M</u> NIP 196904041999031001 (Penguji 2)		24 Agustus 2022
4	<u>Agung Kresnamurti Rivai P., ST, M.M</u> NIP 197404162006041001 (Pembimbing 1)		29 Agustus 2022
5	<u>Shandy Aditya, BIB, MPBS</u> NIP 198404082019031003 (Pembimbing 2)	 	26 Agustus 2022

Nama : Siti Nurjanah
No. Registrasi : 1705618003
Program Studi : S1 Manajemen
Tanggal Lulus : 16 Agustus 2022

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

LEMBAR ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya ilmiah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 27 Agustus 2022

Yang Membuat Pernyataan



Siti Nurjanah

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Siti Nurjanah
NIM : 1705618003
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi/S1 Manajemen
Alamat email : snjanah1507@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (... ..)

yang berjudul :

**PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS DAN PERCEIVED EASE OF USE
TERHADAP REPURCHASE INTENTION DENGAN TRUST SEBAGAI
INTERVENING: SURVEI PADA CUSTOMER LAZADA DI DKI JAKARTA**

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 30 Agustus 2022



(Siti Nurjanah)

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Proposal skripsi ini berjudul “Pengaruh *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* terhadap *Repurchase Intention* dengan *Trust* sebagai *Intervening*: Survei pada *Customer Lazada* di DKI Jakarta”.

Penulisan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi syarat kelulusan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak baik material maupun nonmaterial. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Agung Kresnamurti Rivai P, S.T., M.M selaku Dosen pembimbing I yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Shandy Aditya, BIB, MPBS selaku Dosen pembimbing II yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Prof. Dr. Suherman, S.E., M.Si selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

4. Prof. Dr. Ari Saptono, S.E., M.P.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
5. Ketua sidang dan Penguji ahli yang telah memberikan saran dan masukan supaya skripsi ini menjadi lebih baik.
6. Seluruh dosen dan karyawan FE UNJ khususnya pada prodi S1 Manajemen yang telah memberikan ilmu dan membantu penulis selama menjalani perkuliahan.
7. Kedua orang tua atas doa, dukungan serta motivasi kepada penulis untuk segera menyelesaikan studi.
8. Siti Nur Cholifah yang selalu memberikan dukungan dan masukan selama proses penyusunan skripsi.
9. Para sahabat dan teman-teman mahasiswa Manajemen 2018, terkhusus Manajemen C 2018 yang senantiasa memberikan semangat untuk menyelesaikan penulisan skripsi.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Maka dari itu peneliti mengharapkan kritik serta saran yang membangun supaya dapat menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak.

Jakarta, Desember 2021



Siti Nurjanah

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
LEMBAR PENGESAHAN.....	v
LEMBAR ORISINALITAS	vi
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah.....	18
1.3. Tujuan Penelitian	19
1.4. Manfaat Penelitian	19
BAB II KAJIAN PUSTAKA	20

2.1	Teori Pendukung.....	21
2.1.1	Manajemen Pemasaran.....	21
2.1.2	Pemasaran Jasa	24
2.1.3	<i>E-Commerce</i>	28
2.1.4	Perilaku Konsumen.....	29
2.1.5	<i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	33
2.1.6	<i>Repurchase Intention</i>	35
2.1.7	<i>Trust</i>	37
2.1.8	<i>Perceived Usefulness</i>	39
2.1.9	<i>Perceived Ease of Use</i>	40
2.2.	Hasil Penelitian yang Relevan.....	41
2.3.	Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis	56
2.3.1	Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> dan <i>Trust</i>	56
2.3.2	Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> dan <i>Trust</i>	57
2.3.3	Pengaruh <i>Trust</i> dan <i>Repurchase Intention</i>	58
2.3.4	Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> dan <i>Repurchase Intention</i>	59
2.3.5	Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> dan <i>Repurchase Intention</i>	60
2.3.6	Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> , <i>Trust</i> dan <i>Repurchase Intention</i>	61

2.3.7	Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> , <i>Trust</i> dan <i>Repurchase Intention</i>	62
2.4	Kerangka Penelitian.....	64
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		65
3.1	Tempat dan Waktu Penelitian	65
3.2	Pendekatan Penelitian.....	65
3.3	Populasi dan Sampel.....	66
3.4	Skala Pengukuran	69
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	70
3.6	Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	71
3.6.1.	Variabel Dependen (Z)	71
3.6.2.	Variabel Independen (X).....	71
3.6.3.	Variabel <i>Intervening</i> (Y).....	71
3.7.	Teknik Analisis Data	74
3.7.1.	Analisis Deskriptif.....	75
3.7.2.	Uji Validitas dan Reliabilitas	75
3.7.3.	Uji Kesesuaian Model (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>).....	77
3.7.4.	Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	79
3.8	Uji Hipotesis.....	80

3.9	Model SEM	81
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		81
4.1	Deskripsi Data	82
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	82
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	83
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	83
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	84
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan	85
4.1.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	86
4.1.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	86
4.2	Hasil Analisis Data	87
4.2.1	Analisis Deskriptif	87
4.2.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	93
4.2.3	<i>Confirmatory Factor Analysis</i>	95
4.2.4	<i>Full Model</i>	102
4.2.5	<i>Fit Model</i>	103
4.3	Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	105
4.4	Hasil Uji Hipotesis	107

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	114
5.1 Kesimpulan.....	115
5.2 Implikasi Managerial	117
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	119
5.4 Saran	119
5.4.1 Saran Praktis.....	119
5.4.2 Saran Teoritis	123
DAFTAR PUSTAKA.....	125
LAMPIRAN.....	133



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*