

SKRIPSI

**PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI MANFAAT DAN
PERSEPSI KEMUDAHAN TERHADAP MINAT
MENGUNAKAN SHOPEE DI KOTA BANJARMASIN**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1)

Pada Program Studi Administrasi Bisnis

Oleh :

ANGGRAI BAUTIG

1910412120003



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

BANJARMASIN

2023

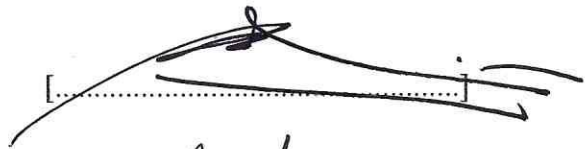
LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI MANFAAT DAN PERSEPSI KEMUDAHAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN SHOPEE DI KOTA BANJARMASIN

- A. Nama Mahasiswa : Anggrai Bautig
NIM : 1910412120003
- B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.
- C. Tim Penguji:
- Pembimbing

Prof. Dr. Saladin Ghalib, M.A.
NIP. 195608081984031002

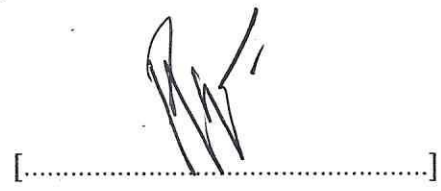
[.....]



- Penguji 1

Drs. H. Rasyidi, M.M.
NIP. 195808161990031002

[.....]



- Penguji II

Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos., M.A.B.
NIP. 197511052001122001

[.....]



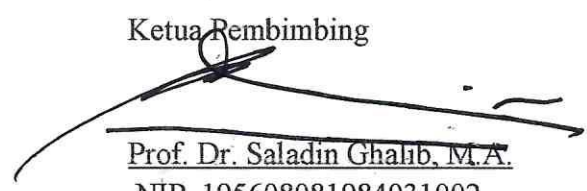
Banjarnasin, 20 Juli 2023

KPS Administrasi Bisnis

Ketua Pembimbing

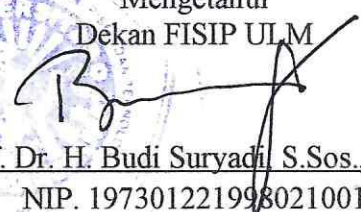
Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos., M.A.B.
NIP. 197511052001122001

Prof. Dr. Saladin Ghalib, M.A.
NIP. 195608081984031002



Mengetahui
Dekan FISIP ULM

Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si.
NIP. 197301221998021001





KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Jum'at tanggal 16 bulan Juni tahun 2023, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 3374/UN8.1.13/KP.10.00/2023 tanggal 12 Juni 2023 untuk menguji skripsi :

Nama : Anggrai Bautig
NIM : 1910412120003
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Shopee di Kota Banjarmasin
Tempat Ujian : Ruang Sidang 2
Waktu Ujian : 10.00 Wita s.d Selesai
Nilai : 81,67
Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~




Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 16 Juni 2023

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

Anggrai Bautig

1. Ketua : Prof. Dr. Saladin Ghalib, MA
()
2. Sekretaris : Drs. H. Rasyidi, MM
()
3. Anggota : Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
()

Mengetahui/membenarkan :
a.n. Dekan
Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis,



Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
NIP. 19751105 200112 2 001

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menggunakan Shopee di Kota Banjarmasin”. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Administrasi Bisnis di Universitas Lambung Mangkurat.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyelesaian skripsi ini, banyak sekali mendapat hambatan. Namun, berkat bantuan, bimbingan, kerjasama dari berbagai pihak dan berkah dari Allah SWT sehingga kendala yang dihadapi tersebut dapat diatasi. Selanjutnya, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama menyelesaikan studi dan tugas akhir ini. Untuk itu, dengan penuh hormat penulis mengucapkan terima kasih kepada:

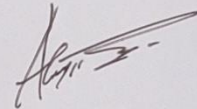
1. Bapak Prof. Dr. Ahmad, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M. Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB., selaku koordinator Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.

4. Bapak Drs. Sugiharto M.S. selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis yang telah membantu dalam kegiatan akademik.
5. Bapak Prof. Dr. Saladin Ghalib, M.A. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan saran dan bimbingannya selama pembuatan sampai kepada terselesaikannya proposal skripsi ini.
6. Bapak Drs. H. Rasyidi, MM selaku Dosen Penguji I yang telah memberikan saran dan bimbingannya selama pembuatan sampai kepada terselesaikannya proposal skripsi ini.
7. Ibu Hj. Nurul Wahyuni S.Sos., M.A.B. selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan saran dan bimbingannya selama pembuatan sampai kepada terselesaikannya proposal skripsi ini.
8. Seluruh Dosen Pengajar dan Staff Tata Usaha Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat yang telah memberikan ilmu bimbingan selama perkuliahan.
9. Seluruh Civitas akademik Universitas yang telah memberikan pengetahuan dan jasanya kepada penulis.
10. Kepada kedua Orang tua, keluarga, serta semua pihak yang telah memberikan dukungan berupa moril maupun materil yang berharga demi terselesaikannya skripsi ini.


Semoga Allah SWT memberikan rahmat dan ridho-Nya atas bantuan yang telah diberikan kepada penulis. Sebagai penyusun, penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan terdapat kekurangan, baik dari

penyusunan maupun tata bahasa penyampaiannya. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga Proposal skripsi ini dapat memberi manfaat dan inspirasi bagi para pembaca untuk melakukan hal serupa dengan lebih baik lagi.

Banjarmasin, 15 Juni 2023



Anggrai Bautig



KARYA INI
KUPERSEMBAHKAN
KEPADA KEDUA
ORANG TUA KU DAN
SELURUH SUPPORT
SYSTEM KU

Terima Kasih



PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyampaikan:

1. Karya tulis skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik di perguruan tinggi mana pun
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari dosen pembimbing dan masukan tim penguji.
3. Seluruh karya atau pendapat pakar atau karya yang telah di publikasikan orang lain yang terdapat dalam karya tulis ini telah di sitasi nama pengarangnya dan dicantumkan di dalam daftar pustaka
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat oenyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya sebagai peneliti bersedia menerima sanksi sesuai undang-undang yang berlaku.

Banjarmasin, 15 Juni 2023

at pernyataan,



(Signature)
Fai Bautig

NIM.1910412120003

ABSTRAK

Anggrai Bautig, 1910412120003, 2023. Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menggunakan Shopee di Kota Banjarmasin, di bawah bimbingan: Bapak Saladin Ghalib

Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh kepercayaan, persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan Shopee di Kota Banjarmasin. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, sebanyak 386 responden dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan analisis data menggunakan regresi linear berganda dibantu IBM SPSS *Statistis* versi 29.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan, persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan Shopee di Kota Banjarmasin. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan Shopee di Kota Banjarmasin, sebesar 0,242 dan signifikan sebesar 0,000, persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan Shopee di Kota Banjarmasin sebesar 0,206 dan signifikan sebesar 0,000 dan persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan Shopee di Kota Banjarmasin 0,391 dan signifikan sebesar 0,000. Variabel Kepercayaan, persepsi manfaat dan persepsi kemudahan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan Shopee di kota Banjarmasin dengan nilai hubungan antara variabel independen dan dependen dalam *R-Square* sebesar 0,560 dan nilai signifikansi sebesar 0.000.

Kata Kunci: Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Minat Menggunakan

ABSTRACT

Anggrai Bautig, 1910412120003, 2023. The Effect of Trust, Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use on Intention to Use Shopee in Banjarmasin City, under the guidance of: Mr. Saladin Ghalib

This study aims to examine the effect of trust, perceived benefits and perceived convenience on interest in using Shopee in Banjarmasin City. This research uses a quantitative approach, as many as 386 respondents with data collection techniques using questionnaires and data analysis using multiple linear regression assisted by IBM SPSS Statistis version 29.

The results of this study indicate that trust, perceived usefulness and perceived ease of use on intention to use Shopee in Banjarmasin City. trust has a significant effect on interest in using Shopee in Banjarmasin City, amounting to 0.242 and significant at 0.000, perceived usefulness have a significant effect on interest in using Shopee in Banjarmasin City of 0.206 and significant at 0.000 and perceived ease of use has a significant effect on interest in using Shopee in Banjarmasin City of 0.391 and significant at 0.000. Trust variables, perceived usefulness and perceived ease of use together have a significant effect on interest in using Shopee in Banjarmasin city with a relationship value between the independent and dependent variables in the R-Square of 0.560 and a significance value of 0.000.

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

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
PERNYATAAN ORISINALITAS	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	27
1.3 Tujuan Penelitian	28
1.4 Manfaat Penelitian	28
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	30
2.1 Landasan Teoritis.....	30
2.1.1 E-Commerce (Electronic Commerce)	30
2.1.2 Theory of Reasoned Action (TRA)	33
2.1.3 Theory of Planned Behavior (TPB).....	34
2.1.4 Teknologi Acceptance Model (TAM)	36
2.1.5 Minat Menggunakan.....	39
2.1.6 Kepercayaan	41
2.1.7 Persepsi Manfaat.....	44
2.1.8 Persepsi Kemudahan.....	45
2.2 Penelitian Terdahulu	49
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian	65
2.3.1 Hipotesis Penelitian	65
2.3.2 Model Penelitian.....	71
BAB III METODE PENELITIAN.....	72
3.1 Pendekatan Penelitian	72

3.2	Desain Penelitian.....	72
3.3	Lokasi Penelitian.....	73
3.4	Populasi, Besar Sampel dan Teknik <i>Sampling</i>	73
3.4.1	Populasi	73
3.4.2	Besar Sampel	74
3.4.3	Teknik <i>Sampling</i>	76
3.5	Definisi Operasional Variabel.....	77
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	84
3.6.1	Data Primer.....	85
3.6.2	Data Sekunder.....	85
3.7	Teknik Analisa Data.....	86
3.7.1	Skala Pengukuran	86
3.7.2	Analisis Statistik Deskriptif.....	87
3.7.3	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	88
3.7.4	Uji Asumsi Klasik	92
3.7.5	Analisis Regresi Linier Berganda.....	94
3.7.6	Alat Uji Hipotesis	95
BAB IV HASIL PENELITIAN		100
4.1	Profil Responden.....	100
4.1.1	Berdasarkan Jenis Kelamin	100
4.1.2	Berdasarkan Usia.....	100
4.1.3	Berdasarkan Wilayah Kecamatan.....	101
4.1.4	Berdasarkan Pekerjaan	101
4.2	Hasil Statistik Deskriptif.....	102
4.2.1	Deskriptif Variabel Kepercayaan (X_1)	102
4.2.2	Deskriptif Variabel Persepsi Manfaat (X_2).....	105
4.2.3	Deskriptif Variabel Persepsi Kemudahan (X_3).....	108
4.2.4	Deskriptif Variabel Minat Menggunakan (Y)	113
4.3	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	116

4.3.1 Hasil Uji Validitas	116
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas	118
4.4 Uji Asumsi Klasik	118
4.4.1 Uji Normalitas	118
4.4.2 Uji Heteroskedastisitas	122
4.4.3 Hasil Uji Multikolinieritas.....	123
4.5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	124
4.6 Hasil Uji Hipotesis	126
4.6.1 Uji T (Parsial).....	126
4.6.2 Uji F (Simultan).....	128
4.6.1 Koefisien Determinasi	128
BAB V PEMBAHASAN HASIL	131
5.1 Pembahasan.....	131
5.1.1 Pengaruh Kepercayaan (X_1) terhadap Minat Penggunaan (Y).....	131
5.1.2 Pengaruh Persepsi Manfaat (X_2) terhadap Minat Penggunaan (Y)	132
5.1.3 Pengaruh Persepsi Kemudahan (X_3) terhadap Minat Penggunaan (Y) ...	134
5.1.4 Pengaruh Kepercayaan (X_1), Persepsi Manfaat (X_2) dan Persepsi Kemudahan (X_3) terhadap Minat Penggunaan (Y)	135
5.2 Implikasi Hasil Penelitian	137
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	141
BAB VI PEMBAHASAN HASIL.....	143
6.1 Kesimpulan	143
6.2 Saran.....	144
DAFTAR PUSTAKA	146
LAMPIRAN.....	155

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Urutan <i>e-commerce</i> pengguna aktif tahun 2019	7
Tabel 1. 2 Urutan aplikasi dengan jumlah unduhan terbanyak.....	8
Tabel 1. 3 Berdasarkan Ranking <i>Appstore</i> dan <i>Playstore</i>	20
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	100
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	100
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Kecamatan.....	101
Tabel 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	101
Tabel 4. 5 Deskriptif Variabel Kepercayaan (X_1).....	102
Tabel 4. 6 Deskriptif Variabel Persepsi Manfaat (X_2).....	105
Tabel 4. 7 Deskriptif Variabel Persepsi Kemudahan (X_3).....	108
Tabel 4. 8 Deskriptif Variabel Minat Menggunakan (Y).....	113
Tabel 4. 9 Uji Validitas	116
Tabel 4. 10 Uji Reliabilitas	118
Tabel 4. 11 Kolmogorov Smirnov	121
Tabel 4. 12 Uji Glejser	123
Tabel 4. 13 Uji Multikolinearitas	124
Tabel 4. 14 Uji Regresi Linear Berganda.....	125
Tabel 4. 15 Uji T (Parsial).....	126
Tabel 4. 16 Uji T (Parsial).....	127
Tabel 4. 17 Uji F (Simultan)	128
Tabel 4. 18 Koefisien Determinasi.....	129

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Fitur Shopee pada <i>Smartphone</i>	5
Gambar 1. 2 Fitur Shopee pada Desktop	5
Gambar 1. 3 Hasil Survei berdasarkan gender.....	6
Gambar 1. 4 Rentang Usia Pengguna Shopee 2019.....	7
Gambar 1. 5 Aplikasi Belanja Favorit Q1 2020.....	9
Gambar 1. 6 Pengguna Shopee Berdasar Gender Tahun 2020	10
Gambar 1. 7 Pengguna Shopee berdasar usia tahun 2020	11
Gambar 1. 8 Daftar teratas fitur Shopee tahun 2020.....	11
Gambar 1. 9 Total Pengunjung <i>E-Commerce</i> Kuartal I-IV 2021	12
Gambar 1. 10 Layanan Belanja <i>Online</i> Tahun 2021.....	13
Gambar 1. 11 Pengguna berdasar Gender Tahun 2021.....	14
Gambar 1. 12 Berdasarkan Kelompok Usia Tahun 2021	14
Gambar 1. 13 Marketplace Pilihan Masyarakat Tahun 2022.....	15
Gambar 1. 14 Kunjungan E-commerce terbanyak 2022.....	16
Gambar 1. 15 Berdasarkan Gender Tahun 2022	17
Gambar 1. 16 Berdasarkan Usia Tahun 2022	17
Gambar 1. 17 Berdasarkan Generasi Tahun 2022	18
Gambar 1. 18 Berdasarkan Kelompok Ekonomi Tahun 2022	18
Gambar 1. 19 Berdasar Wilayah Tahun 2022.....	19
Gambar 1. 20 Berdasar Area Tahun 2022.....	19
Gambar 1. 21 <i>E-Commerce</i> Berdasarkan Similiar Web	20
Gambar 2. 1 Model <i>Theory of Reasoned Action</i> (TRA)	34
Gambar 2. 2 Model <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB).....	35
Gambar 2. 3 <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	38
Gambar 2. 4 Model Penelitian	71
Gambar 4. 6 Hasil Histogram.....	119
Gambar 4. 7 P-Plot.....	120

Gambar 4. 8 Scatterplot..... 122

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	156
Lampiran 2. Hasil Output Tabel Frekuensi Profil Responden.....	161
Lampiran 3. Hasil Output Tabel Frekuensi Validitas	163
Lampiran 4. Hasil Output Uji Validitas dan Reliabilitas	171
Lampiran 5. Output Uji Asumsi Klasik dan Uji Regresi Linear Berganda	179
Lampiran 6. Lain-lain.....	183