

SKRIPSI

**ANALISIS PENERAPAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* (TAM)
DAN *GAMIFICATION* SEBAGAI VARIABEL MODERASI TERHADAP
INTENTION TO USE PADA APLIKASI SHOPEE DALAM
FITUR SHOPEE *GAMES* DI BANJARMASIN**



Diajukan untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen

Oleh:

MUHAMMAD RAMADHANI

NIM. 2010312210089

PROGRAM STUDI: MANAJEMEN

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN**

2024

LEMBAR LEGALITAS

**ANALISIS PENERAPAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)*
DAN *GAMIFICATION* SEBAGAI VARIABEL MODERASI TERHADAP
INTENTION TO USE PADA APLIKASI SHOPEE
DALAM FITUR SHOPEE *GAMES* DI BANJARMASIN**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Muhammad Ramadhani

NIM. 2010312210089

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 01 Juli 2024 dan
Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat Untuk Diterima

Dosen Pembimbing



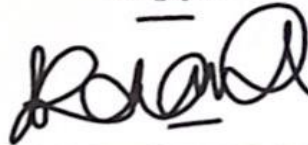
Dr. Nurli Huda, SE, M.M
NIP. 19721021 199903 1 002

Penguji I



Dr. RR Yulianti Prihatiningrum, SE., M.Si.
NIP. 19730727 200112 2 001

Penguji II



Prof. Laila Refiana Said, S.Psi, M.Si, Ph.D.
NIP. 19700913 200501 2 003

Mengetahui

Koordinator Program Studi S1 Manajemen



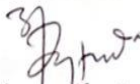
Abdul Hadi, SE., M.Si.
NIP. 19700707 200501 1 001

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS


Nama : Muhammad Ramadhani
NIM : 2010312210089
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Analisis Penerapan *Technology Acceptance Model (TAM)*
dan *Gamification* sebagai Variabel Moderasi terhadap
Intention to Use pada Aplikasi Shopee dalam Fitur Shopee
Games di Banjarmasin
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Ujian Dilaksanakan : Senin, 01 Juli 2024
Waktu Ujian : 10.00 WITA – s/d selesai

Tim Penguji


Pembimbing : Dr. Nuril Huda, SE, M.M


(.....)

Penguji I : Dr. RR. Yulianti Prihatiningrum, SE,
M.Si.


(.....)

Penguji II : Prof. Laila Refiana Said, S.Psi, M.Si,
Ph.D


(.....)

BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat:

Nama : Muhammad Ramadhani
NIM : 2010312210089
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Analisis Penerapan *Technology Acceptance Model (TAM)* dan *Gamification* sebagai Variabel Moderasi terhadap *Intention to Use* pada Aplikasi Shopee dalam Fitur *Shopee Games* di Banjarmasin
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Ujian Dilaksanakan : 01 Juli 2024
Waktu Ujian : 10.00 WITA – s/d selesai

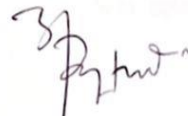
Disetujui oleh dosen pembimbing.

Dengan demikian berita acara perbaikan skripsi yang telah mendapat persetujuan dari Tim Penguji.

Banjarmasin, 03 Juli 2024

Mahasiswa

Dosen Pembimbing



Muhammad Ramadhani
NIM. 2010312210089

Dr. Nuril Huda, SE, M.M
NIP. 19721021 199903 1 002

Mengetahui

Koordinator Program Studi S1 Manajemen



Abdul Hadi, SE, M.Si
NIP. 19700707 200501 1 001

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian yang telah saya lakukan. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah diungkapkan sebagaimana mestinya. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan untuk keperluan lain oleh siapa pun juga. Apabila di kemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima akibat hukum dari ketidakbenaran pernyataan tersebut.

Banjarmasin, 03 Juli 2024
Yang membuat pernyataan,



Muhammad Ramadhani
NIM. 2010312210089

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT dengan segala limpahan rahmat, hidayah serta karunia-Nya yang senantiasa mengiringi perjalanan penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Penerapan *Technology Acceptance Model (TAM)* dan *Gamification* sebagai Variabel Moderasi terhadap *Intention to Use* pada Aplikasi Shopee dalam Fitur *Shopee Games* di Banjarmasin”. Salawat serta salam senantiasa tercurah pada baginda Nabi Besar Muhammad SAW, yang membawa cahaya dalam kehidupan manusia untuk mencapai ridho-Nya.

Skripsi ini disusun untuk memperoleh gelar sarjana S1 Manajemen. Penulis menyadari bahwa selama proses penulisan dan penyusunan skripsi ini penulis tentunya menemukan hambatan dan kendala. Akan tetapi berkat arahan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, dengan itu tidak lupa penulis juga mengucapkan terima kasih banyak kepada pihak-pihak yang telah memberikan kontribusi dengan memberikan sumbangan baik berupa materi maupun pikirannya untuk membantu penulis menghadapi hambatan dan kendala tersebut. Dengan kerendahan hati, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ahmad Yunani, SE, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Abdul Hadi, SE, M.Si. selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.

3. Bapak Dr. Nuril Huda, SE, MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan selama proses pelaksanaan dan penulisan skripsi.
4. Ibu Dr. Raden Roro Yulianti Prihatinungrum, SE, M.Si dan Ibu Prof. Laila Refiana Said, S.Psi, M.Si, Ph.D selaku dosen penguji dalam ujian skripsi.
5. Bapak Dr. H. M. Riza Firdaus, SE, MM selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan dan masukan selama perjalanan akademik Penulis.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin yang telah mendidik, membimbing, dan memberikan ilmu yang bermanfaat sebagai bekal penulis dalam menjalani kehidupan pada masa yang akan datang.
7. Alm. Ayah tersayang, yang telah meninggalkan dunia sejak enam tahun yang lalu.
8. Ibu tersayang, Salamah yang selalu mendukung dan mendo'akan penulis dalam mengerjakan skripsi ini dengan baik.
9. Sahabat dan teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang selalu memberikan semangat, bertukar pikiran dan membantu selama perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
10. Seluruh responden dan pihak-pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu, tanpanya penulis tidak dapat menyelesaikan skripsi ini.

Semoga amal baik mereka memperoleh balasan baik dari Allah SWT dan selalu dalam perlindungan-Nya. Peneliti menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik sangat diharapkan oleh semua pihak.

Banjarmasin, 12 Juni 2024
Peneliti

Muhammad Ramadhani

NIM. 2010312210089

ABSTRACT

Muhammad Ramadhani (2024). *Analysis of the Application of the Technology Acceptance Model (TAM) and Gamification as Moderating Variables on Intention to Use the Shopee Application in the Shopee Games Feature in Banjarmasin. Management Study Program. Faculty of Economics and Business. Lambung Mangkurat University. Advisor: Nuril Huda.*

This research aims to analyze (1) The influence of Perceived Usefulness on Intention to Use the Shopee application. (2) The influence of Perceived Ease of Use on Intention to Use the Shopee application. (3) The influence of Gamification as a moderation of the relationship between the Perceived Usefulness variable and the Intention to Use the Shopee application. (4) The influence of Gamification as a moderation of the relationship between the Perceived Ease of Use variable and the Intention to Use the Shopee application.

This study employs a quantitative methods and data collection through online distributed questionnaires. The population in this study are users who know the Shopee Games features. Sampling was carried out using a purposive sampling technique of 140 respondents with the criteria: users who live in Banjarmasin, who are aware of the Shopee Games feature on the Shopee Application and are over 17 years old. Research data was analyzed using a Structural Equation Modeling (SEM) approach based on Partial Least Square (PLS) using SmartPLS software.

The results of this research show that: (1) Perceived Usefulness is predicted to have a positive and significant effect on Intention to Use among Shopee application users. (2) Perceived Ease of Use is predicted to have a positive and significant effect on Intention to Use among Shopee application users. (3) Gamification as a predicted moderating variable weakens the influence of Perceived Usefulness on Intention to Use, but the results are positive and significant. (4) Gamification as a moderating variable for Perceived Ease of Use on Intention to Use is predicted to have no effect.

Keywords: *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Gamification, Intention to Use*

ABSTRAK

Muhammad Ramadhani (2024). Analisis Penerapan *Technology Acceptance Model (TAM)* dan *Gamification* Sebagai Variabel Moderasi Terhadap *Intention to Use* Aplikasi Shopee dalam Fitur *Shopee Games* di Banjarmasin. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Lambung Mangkurat. Pembimbing: Nuril Huda.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis (1) Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Intention to Use* pada aplikasi Shopee. (2) Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Intention to Use* pada aplikasi Shopee. (3) Pengaruh *Gamification* sebagai moderasi hubungan antara variabel *Perceived Usefulness* terhadap *Intention to Use* aplikasi Shopee. (4) Pengaruh *Gamification* sebagai moderasi hubungan antara variabel *Perceived Ease of Use* terhadap *Intention to Use* aplikasi Shopee.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan pengumpulan data melalui kuesioner yang dibagikan secara *online*. Populasi pada penelitian ini yaitu pengguna yang mengetahui fitur *Shopee Games*. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling* sebanyak 140 responden dengan kriteria: pengguna yang berdomisili di Banjarmasin, yang mengetahui adanya fitur *Shopee Games* pada Aplikasi Shopee dan berusia di atas 17 tahun. Data penelitian dianalisis menggunakan pendekatan *Structural Equation Modeling (SEM)* berbasis *Partial Least Square (PLS)* menggunakan *software SmartPLS*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) *Perceived Usefulness* terprediksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to Use* pada pengguna aplikasi Shopee. (2) *Perceived Ease of Use* terprediksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to Use* pada pengguna aplikasi Shopee. (3) *Gamification* sebagai variabel moderasi terprediksi memperlemah pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Intention to Use*, namun hasilnya positif. (4) *Gamification* sebagai variabel moderasi *Perceived Ease of Use* terhadap *Intention to Use* terprediksi tidak berpengaruh.

Kata kunci: *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Gamification, Intention to Use*

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| LEMBAR LEGALITAS | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN | iii |
| BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI | iv |
| PERNYATAAN ORISINALITAS | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| <i>ABSTRACT</i> | ix |
| ABSTRAK | x |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR TABEL..... | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 10 |
| 1.3 Tujuan..... | 10 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 11 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 12 |
| 2.1 Landasan Teori | 12 |
| 2.1.1 <i>Techonology Acceptance Model (TAM)</i> | 12 |
| a. <i>Perceived Usefulness</i> | 13 |
| b. <i>Perceived Ease of Use</i> | 15 |
| 2.1.2 <i>Gamification</i> | 17 |
| 2.1.3 <i>Intention to Use</i> | 20 |
| 2.2 Penelitian Sebelumnya | 22 |
| BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS PENELITIAN..... | 27 |
| 3.1 Kerangka Konseptual Penelitian | 27 |
| 3.2 Hipotesis Penelitian | 28 |
| 3.2.1 <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Intention to Use</i> | 28 |
| 3.2.2 <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Intention to Use</i> | 29 |
| 3.2.3 Pengaruh <i>Gamification</i> sebagai moderasi hubungan antara variabel <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Intention to Use</i> | 29 |

| | | |
|----------------|--|----|
| 3.2.4 | Pengaruh <i>Gamification</i> sebagai moderasi hubungan antara variabel <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Intention to Use</i> | 30 |
| BAB IV | METODE PENELITIAN | 32 |
| 4.1 | Ruang Lingkup Penelitian | 32 |
| 4.2 | Jenis Penelitian | 32 |
| 4.3 | Lokasi Penelitian | 33 |
| 4.4 | Unit Analisis | 33 |
| 4.5 | Populasi dan Sampel | 33 |
| 4.5.1 | Populasi | 33 |
| 4.5.2 | Sampel | 33 |
| 4.6 | Definisi Operasional Variabel | 35 |
| 4.6.1 | Variabel Eksogen | 35 |
| 4.6.2 | Variabel Endogen | 37 |
| 4.6.3 | Variabel Moderasi (Variabel Penghubung) | 39 |
| 4.7 | Teknik Pengumpulan Data | 42 |
| 4.8 | Teknik Analisis Data | 43 |
| 4.8.1 | Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>) | 45 |
| 4.8.2 | Model Pengukuran (<i>Inner Model</i>) | 46 |
| BAB V | HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 49 |
| 5.1 | Gambaran Umum Objek Penelitian | 49 |
| 5.1.1 | Identitas Objek Penelitian | 49 |
| 5.2 | Hasil dan Analisis | 53 |
| 5.2.1 | Karakteristik Responden | 53 |
| 5.2.2 | Deskripsi Statistik Variabel Penelitian | 56 |
| 5.2.3 | <i>Outer Model</i> | 60 |
| 5.2.4 | <i>Inner Model</i> | 65 |
| 5.2.5 | Pembahasan Hasil Penelitian | 69 |
| 5.2.6 | Implikasi Hasil Penelitian | 75 |
| 5.2.8 | Keterbatasan Penelitian | 77 |
| BAB VI | | 79 |
| 6.1 | Kesimpulan | 79 |
| 6.2 | Saran | 79 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 81 |
| LAMPIRAN | | 85 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 4. 1 Kalkulasi Sampel Penelitian | 35 |
| Tabel 4. 2 Nilai Uji <i>Outer Model</i> | 46 |
| Tabel 5. 1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin..... | 54 |
| Tabel 5. 2 Data Usia Responden | 54 |
| Tabel 5. 3 Data Pekerjaan Responden..... | 55 |
| Tabel 5. 4 Data Domisili Responden | 55 |
| Tabel 5. 5 Kriteria Tiga Kotak (Three-box Method) | 56 |
| Tabel 5. 6 Tanggapan Responden pada <i>Perceived Usefulness</i> | 57 |
| Tabel 5. 7 Tanggapan Responden pada <i>Perceived Ease of Use</i> | 58 |
| Tabel 5. 8 Tanggapan Responden pada Gamification | 59 |
| Tabel 5. 9 Tanggapan Responden pada <i>Intention to Use</i> | 60 |
| Tabel 5. 10 Factor Loading | 62 |
| Tabel 5. 11 Average Variance Extracted (AVE) | 63 |
| Tabel 5. 12 Cronchbach's alpha dan Composite Reliability..... | 65 |
| Tabel 5. 13 Nilai R-square | 65 |
| Tabel 5. 14 Nilai F-Square..... | 66 |
| Tabel 5. 15 Output Path Coefficient | 68 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Negara dengan Persentase Penggunaan E-commerce Tertinggi di Dunia | 5 |
| Gambar 1. 2 E-commerce dengan Pengunjung Terbanyak Sepanjang 2023 | 6 |
| Gambar 3. 2 Kerangka Konsep Penelitian | 28 |
| Gambar 5. 1 Logo Shopee..... | 50 |
| Gambar 5. 2 Tampilan Halaman Awal Shopee..... | 51 |
| Gambar 5. 3 Hasil Path Model PLS-Algorithm..... | 61 |
| Gambar 5. 4 Hasil Pengukuran Bootstrapping..... | 67 |