



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**Model Sikap Penggunaan dan Minat Beli: Analisis Persepsi
Kemudahan dan Persepsi Kemanfaatan
(Studi Kasus Fitur Instagram Shop pada Media Sosial
Instagram)**

TESIS

Nama : Inayatullah Fatmawati Muhrodin

NIM : 55119010010

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2021



**Model Sikap Penggunaan dan Minat Beli: Analisis Persepsi
Kemudahan dan Persepsi Kemanfaatan
(Studi Kasus Fitur Instagram Shop pada Media Sosial
Instagram)**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Magister
Manajemen

Nama : Inayatullah Fatmawati Muhrodin

NIM : 55119010010

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2021

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of perceived ease of use and perceived usefulness on attitude toward using and the effect of perceived ease of use and perceived usefulness on purchase intentions and the effect of perceived ease of use and perceived usefulness on purchase intentions through attitude toward using. The population in this study are internet users who have done online shopping but have never made an online purchase transaction on Instagram and are domiciled in the Jakarta area. The number of samples used is based on the number of indicators at an error rate of 5%, which is 150. The survey was conducted using a questionnaire and then analyzed the data using Partial Least Square (PLS). The results showed that perceived ease of use had a positive and significant effect on attitude toward using, perceived usefulness had a positive and significant effect on attitude toward using, perceived ease of use had a positive and significant effect on purchase intentions, perceived usefulness had a positive and significant effect on purchase intention, attitude toward using had a positive and significant effect on purchase intentions and attitude toward using fully mediating between perceived of ease use and partially mediating between perceived usefulness on purchase intentions the Instagram Shop's features on Social Media Instagram.

Keywords : Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Attitude Toward Using, Purchase Intentions



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan terhadap sikap menggunakan dan pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan terhadap minat beli serta pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan terhadap minat beli melalui sikap penggunaan. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna internet yang sudah pernah melakukan belanja online namun belum pernah melakukan transaksi pembelian secara online di Instagram dan berdomisili di wilayah Jakarta. Jumlah sampel yang digunakan berdasarkan jumlah indikator pada tingkat kesalahan 5% yaitu 150. Survei dilakukan menggunakan kuisioner kemudian analisis data menggunakan Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan, persepsi kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan, persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, persepsi kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, sikap penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli serta sikap penggunaan memediasi penuh hubungan persepsi kemudahan terhadap minat beli dan memediasi secara parsial antara persepsi kemanfaatan terhadap minat beli menggunakan fitur Instagram Shop pada Sosial Media Instagram.

Kata Kunci: Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Sikap Penggunaan, Minat Beli



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PENGESAHAN TESIS

Judul : Model Sikap Penggunaan dan Minat Beli : Analisa Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kemanfaatan (Studi Kasus Fitur Instagram Shop pada Media Sosial Instagram)

Nama : Inayatullah Fatmawati M

NIM : 55119010010

Program Studi : Magister Manajemen

Tanggal : 28 Agustus 2021



Mengesahkan
Pembimbing

Hapzi
UNIVERSITAS
MERCU BUANA
(Prof. Dr. Hapzi Ali, Ir, CMA, MM, MPM)

Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis

Ketua Program Studi Magister Manajemen

Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si

Dr. Indra Siswanti, M.M.

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Model Sikap Penggunaan dan Minat Beli : Analisa Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kemanfaatan (Studi Kasus Fitur Instagram Shop pada Media Sosial Instagram)

Nama : Inayatullah Fatmawati M

NIM : 55119010010

Program Studi : Magister Manajemen

Tanggal : 30 Juli 2021

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Karya Ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar keserjanaan sejenis di perguruan tinggi lain. Semua Informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

MERCU BUANA

Jakarta, 30 Juli 2021



Inayatullah Fatmawati M.

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Inayatullah Fatmawati Muhrodin
NIM : 55119010010
Program Studi : Magister Manajemen

dengan judul

“Model Sikap Penggunaan dan Minat Beli: Analisis Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kemanfaatan (Studi Kasus Fitur Instagram Shop pada Media Sosial Instagram) ”,

telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 09/08/21, didapatkan nilai persentase sebesar 25 %.

Jakarta, 9 Agustus 2021

Administrator Turnitin

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Arie Pangudi, A.Md

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan tesis dengan judul **“Model Sikap Penggunaan dan Minat Beli: Analisis Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kemanfaatan (Studi Kasus Fitur Instagram Shop pada Media Sosial Instagram) ”**. Tesis merupakan syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak khususnya Prof. Dr. Hapzi Ali, Ir, CMA, MM, MPM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis.

Oleh karena itu penulis haturkan alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Prof. Dr. Ngadino Surip selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Dr. Indra Siswanti, M.M. selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen
4. Dr. Lenny Christina Nawangsari, M.M. selaku Sekretaris Program Studi Magister Manajemen
5. Seluruh Dosen dan Staf Program Studi Magister Manajemen yang telah memberikan segenap ilmunya.
6. Kedua orangtua tercinta dan kakak serta adik yang telah memberikan semangat, doa, dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis.
7. Teman-teman Kelas Reguler 1 Warung Buncit 2019 yang selalu memberikan dukungan semangat serta kerjasama selama penulis menyelesaikan perkuliahan.
8. Keluarga Besar Politeknik APP Jakarta, tempat penulis bekerja yang telah memberikan izin, dukungan dan semangat dalam menyelesaikan tesis ini.
9. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Penulis menyadari bahwa dengan segala keterbatasan ilmu pengetahuan serta pengalaman yang dimiliki penulis, makalah ini masih jauh dari sempurna, sehingga masukkan dan kritik yang konstruktif sangat penulis harapkan demi sempurnanya skripsi ini. Akhirnya dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan skripsi ini.

Jakarta, 30 Juli 2021



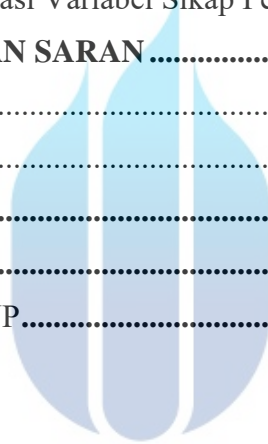
Inayatullah Fatmawati M.

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----------|
| HALAMAN JUDUL | ii |
| ABSTRACT | ii |
| ABSTRAK | iii |
| PENGESAHAN TESIS | iv |
| LEMBAR PERNYATAAN | v |
| PERNYATAAAN <i>SIMILARITY CHECK</i> | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 14 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 15 |
| 1.4 Kontribusi Penelitian..... | 16 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS . 17 | |
| 2.1 Kajian Pustaka..... | 17 |
| 2.1.1 Pemasaran..... | 17 |
| 2.1.2 Perilaku Konsumen..... | 18 |
| 2.1.3 <i>Teory Acceptance Model (TAM)</i> | 21 |
| 2.1.4 Minat..... | 29 |
| 2.1.5 Instagram..... | 32 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu..... | 33 |
| 2.3 Hubungan Antar Variabel | 37 |
| 2.4 Kerangka Pemikiran | 45 |
| 2.5 Hipotesis..... | 45 |
| BAB II METODOLOGI PENELITIAN..... | 47 |

| | | |
|---------------|---|-----------|
| 3.1 | Waktu dan Tempat Penelitian | 47 |
| 3.2 | Desain Penelitian | 47 |
| 3.3 | Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel | 48 |
| 3.3.1 | Definisi | 48 |
| 3.3.2 | Operasional Variabel | 49 |
| 3.4 | Populasi dan Sampel | 53 |
| 3.4.1 | Populasi | 53 |
| 3.4.2 | Sampel | 54 |
| 3.5 | Jenis dan Sumber Data | 55 |
| 3.5.1 | Data Primer | 55 |
| 3.5.2 | Data Sekunder | 55 |
| 3.6 | Metode Pengumpulan Data | 55 |
| 3.6.1 | Kuisisioner | 56 |
| 3.6.2 | Studi Kepustakaan | 57 |
| 3.7 | Metode Analisis Data | 57 |
| 3.7.1 | Statistik Deskriptif | 57 |
| 3.7.2 | Uji Kualitas Data | 58 |
| 3.7.3 | Metode Analisis | 60 |
| BAB IV | PEMBAHASAN | 65 |
| 4.1 | Gambaran Umum Objek Penelitian | 65 |
| 4.2 | Karakteristik – karakteristik berdasarkan Identitas Responden | 68 |
| 4.2.1 | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 68 |
| 4.2.2 | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 69 |
| 4.2.3 | Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | 70 |
| 4.2.4 | Karateristik Berdasarkan Jumlah Pengeluaran Perbulan | 71 |
| 4.2.5 | Karateristik Berdasarkan Domisi | 72 |
| 4.3 | Statistik Deskriptif | 72 |
| 4.3.1 | Variabel Kemudahan | 74 |

| | |
|---|------------|
| 4.3.2 Variabel Kemanfaatan | 75 |
| 4.3.4 Variabel Sikap Penggunaan | 76 |
| 4.3.4 Variabel Minat Beli | 77 |
| 4.4 Metode Analisis Data Partial <i>Least Square</i> (PLS) | 78 |
| 4.4.1 Evaluasi Measurement (Outer Model)..... | 78 |
| 4.4.2 Evaluasi <i>Structural Model</i> (Inner Model) | 84 |
| 4.4.3. Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur) | 87 |
| 4.5 Pembahasan | 94 |
| 4.5.1 Pengaruh Mediasi Variabel Sikap Penggunaan | 99 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 103 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 103 |
| 5.2 Saran | 105 |
| Daftar Pustaka | 109 |
| LAMPIRAN..... | 115 |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP..... | 120 |



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1. 1 Pra Survey | 12 |
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu | 33 |
| Tabel 3. 1 Operasional Variabel..... | 52 |
| Tabel 3. 2 Skala Likert | 57 |
| Tabel 3. 3 Parameter Uji Validitas dalam Model Pengukuran PLS..... | 59 |
| Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 68 |
| Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 69 |
| Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | 70 |
| Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pengeluaran Perbulan | 71 |
| Tabel 4. 5 Karakteristik Responden berdasarkan domisili | 72 |
| Tabel 4. 6 Deskriptif jawaban responden variabel persepsi kemudahan | 74 |
| Tabel 4. 7 Deskriptif jawaban responden variabel persepsi kemanfaatan | 75 |
| Tabel 4. 8 Deskriptif Jawaban Responden Variabel Sikap Penggunaan | 76 |
| Tabel 4. 9 Deskriptif jawaban responden variabel minat beli..... | 77 |
| Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Convergent Validity | 80 |
| Tabel 4. 11 Uji <i>Discriminant Validity</i> (Fornell Larckers)..... | 82 |
| Tabel 4. 12 Uji <i>Discriminant Validity</i> (Heterotrait-Monotrait Ratio)..... | 82 |
| Tabel 4. 13 Hasil Pengujian Average Variance Extracted (AVE) | 83 |
| Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Composite Reliabilty dan Cronbach's Alpha | 84 |
| Tabel 4. 15 Tabel Hasil Uji Nilai R-Square (R^2) | 86 |
| Tabel 4. 16 Tabel Hasil Uji Predictive Relevance (Q^2)..... | 87 |
| Tabel 4. 17 Tabel Uji Hipotesis | 90 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1. 1 Dampak Covid 19 terhadap berbagai bidang | 2 |
| Gambar 1. 2 <i>Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia</i> | 3 |
| Gambar 1. 3 Toko Online Paling Sering digunakan | 4 |
| Gambar 1. 4 Pengguna Aplikasi Instagram | 7 |
| | |
| Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian | 45 |
| | |
| Gambar 4. 1 Hasil Algoritma PLS | 79 |
| Gambar 4. 2 Hasil Uji Bootstrapping..... | 89 |

