

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *PERCEIVED USEFULNESS*, DAN *TRUST* TERHADAP
REINTENTION TO USE PADA APLIKASI GOJEK**

SKRIPSI



NAMA : Muhammad Dhika Ramadhan

NIM : 43118010300

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2022

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *PERCEIVED USEFULNESS*, DAN *TRUST* TERHADAP
REINTENTION TO USE PADA APLIKASI GOJEK**

SKRIPSI

Skripsi Ini Disusun Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1

(S1) Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Mercu Buana



NAMA : Muhammad Dhika Ramadhan

NIM : 43118010300

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2022

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Dhika Ramadhan
Nim : 43118010300
Universitas : Mercu Buana
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya saya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan plagiat (penjiplakan).

Jakarta, 25 Juni 2021



Muhammad Dhika Ramadhan

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Dhika Ramadhan
NIM : 43118010300
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH DIGITAL MARKETING, PERCEIVED USEFULNESS,
DAN TRUST TERHADAP
REINTENTION TO USE PADA APLIKASI GOJEK
Tanggal Sidang : 6 April 2022

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dudi Permana, Ph.D

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.

Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA 04221243

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Please Scan QRCode to Verify

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH DIGITAL MARKETING, PERCEIVED USEFULNESS, DAN TRUST TERHADAP REINTENTION TO USE (PADA APLIKASI GOJEK)”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin berterimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Dr. H. Sonny Indrajaya, MM. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dudi Permana, Ph.D. Selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.
5. Para Dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan

dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami. Semoga dihadapan Allah SWT menjadi amal jariyah untuk Bapak/Ibu Amin.

6. Bapak dan Ibu di bagian Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.
7. Teristimewa untuk kedua orang tua dan kakak saya yang sudah memberikan semangat, motivasi serta tidak henti-hentinya untuk mengingatkan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan maksimal.
8. Teman-teman “Mercubrotherhood” atas persaudaraan dan persahabatan yang kita miliki canda-tawa dan duka-cita serta semangat yang telah diberikan selama ini.
9. Yang terakhir, Alin atas semangat dan motivasinya, terima kasih telah memberikan dukungan untuk penulis.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Penulis menyadari, bahwa skripsi yang penulis buat ini masih jauh dari kata sempurna baik dari segi penyusunan, bahasa, maupun penulisannya. Oleh karena itu, saya sangat mengharapkan kritik serta saran yang membangun dari semua pembaca guna menjadi acuan agar penulis bisa menjadi lebih baik lagi di masa mendatang. Akhir kata, semoga skripsi ini bisa bermanfaat dalam menambah wawasan pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca.

Jakarta, 25 Juni 2021



Muhammad Dhika Ramadhan



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Kontribusi Penelitian	11
BAB II.....	13
KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	13
A. Kajian Pustaka.....	13
1. Manajemen Pemasaran	13
2. Perilaku Konsumen.....	14
3. TAM (<i>Technology Acceptance Model</i>).....	15
4. <i>Digital Marketing</i>	16
5. <i>Perceived Usefulness</i>	18
6. <i>Trust</i>	20
7. <i>Reintention to use</i>	21
8. Penelitian Terdahulu	22
B. Kerangka Penelitian dan Pengembangan Hipotesis.....	42
1. kerangka penelitian	42

2.Hipotesis Penelitian	43
a. H1 : <i>Digital marketing</i> mempengaruhi <i>Reintention to use</i> pada aplikasi Gojek	43
b. H2: <i>Digital marketing</i> Secara Signifikan mempengaruhi <i>Trust</i> Pada Aplikasi Gojek	44
c. H3 : <i>Perceived usefulness</i> mempengaruhi <i>Reintention to use</i> pada aplikasi Gojek	44
d. H4 : <i>Perceived usefulness</i> secara signifikan mempengaruhi <i>Trust</i> pada aplikasi Gojek.....	45
e. H5 : <i>Trust</i> mempengaruhi <i>Reintention to use</i> pada aplikasi Gojek	46
BAB III	47
METODE PENELITIAN.....	47
A. Waktu dan Tempat Penelitian	47
B. Desain Penelitian	47
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	48
D. Skala Pengukuran Variabel	52
E. Populasi dan Sampel	53
1.Populasi.....	53
2. Sampel	54
F. Metode Pengumpulan Data	55
G. Metode Analisis Data	56
1. Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS)	56
2. Langkah Pengujian Analisis PLS	57
BAB IV	61
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	61
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	61
1. Sejarah Umum Singkat Gojek Indonesia.....	61
2 Visi Dan Misi Gojek Indonesia	62
B. Hasil Uji Penelitian.....	63
1 Karakteristik Responden.....	63
2. Deskriptif Variabel	67

C. Uji Instrumen	72
1. Hasil Pengujian <i>Outer Model</i> (Uji Reliabilitas)	72
2. hasil pengujian <i>Inner Model</i> (Uji Reliabilitas)	81
BAB V.....	94
KESIMPULAN DAN SARAN.....	94
A. KESIMPULAN	94
B. SARAN.....	95
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN.....	104



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Fitur Teknologi Gojek Yang Paling Bermanfaat Selama Pandemi Covid-19 (Augustus 2020).....	4
Gambar 1.2. Jasa Transportasi Online Paling Sering Digunakan Tahun 2019 Kuartal II/2020.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	42
Gambar 4.1 Logo Perusahaan	63
Gambar 4.2 <i>PLS Algorithm</i>	73
Gambar 4.3 <i>PLS Algorithm</i> (sesudah modifikasi).....	75
Gambar 4.4 Hasil Pengujian Bootstrapping.....	85



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengguna Gojek Sumber Top Brand Index Tahun 2016 Hingga 2018	2
Tabel 1.2 Data Pra Survey	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Operasional Variabel dan Indikator	50
Tabel 3.2 Lima Alternatif Jawaban Responden	53
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	65
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	66
Tabel 4.4 Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel <i>Digital Marketing</i>	67
Tabel 4.5 Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	69
Tabel 4.6 Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel <i>Trust</i>	70
Tabel 4.7 Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel <i>Reintention to use</i>	71
Tabel 4.8 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	73
Tabel 4.9 Nilai AVE	75
Tabel 4.10 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Sesudah Modifikasi).....	75
Tabel 4.11 Nilai AVE (Sesudah Modifikasi).....	77
Tabel 4.12 <i>Discriminant validity (Cross Loading)</i>	77
Tabel 4.13 Uji <i>Discriminant Validity</i> (Fornell-Larcker).....	79
Tabel 4.14 Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)	80
Tabel 4.15 <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	81
Tabel 4.16 R-Square.....	82
Tabel 4.17 F-Square	83

Tabel 4.18 Hasil Pengujian <i>Bootstrapping</i>	86
Tabel 4.19 Hasil Pengujian <i>Blindfolding</i>	93



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	105
Lampiran 2 Tabulasi jawaban responden.....	112
Lampiran 3 Hasil Pengolahan Data SmartPLS	135

