



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *INTENTION TO USE*
APLIKASI MOBILE DENGAN *TRUST* SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

(Study pada Pengguna Fore Coffee)

TESIS

UNIVERSITAS
Salsabil Ghassani
55118120138
MERCU BUANA

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2021



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *INTENTION TO USE*
APLIKASI MOBILE DENGAN *TRUST* SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING
(Study pada Pengguna Fore Coffee)**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Studi Magister Manajemen

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Salsabil Ghassani

55118120138

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2021

ABSTRACT

This study aims to analyze the factor influence of Intention to Use in application Fore Coffee users. The independent variabls obtained from the preliminary survei results are perceived ease of use, perceived usefulness and perceived compatibility and meditating variabel obtained is trust. This study uses SEM data analysis techniques and data processing using PLS. The population in this study is regional residents lve in Jakarta with a sample 160 respondents. The sampling technique using a purposive sampin and quantitative descriptive approach. The results showed that perceived ease of use, perceived usefulness and perceived compatibility have a positive and significant effect on trust and intention to use. Trust has a positive and significant effect on intention to use and trust inductly mediate the perceived ease of use, perceived usefulness and perceived compability to intention to use

Keyword: Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Perceived Compatibility, Trust, Intention to Use



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi minat menggunakan pada pengguna aplikasi Fore Coffee. Variabel independen pada penelitian ini adalah *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness* dan *Perceived Compatibility* yang didapatkan dari hasil par survei dan variabel mediating yaitu Trust. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data SEM dengan pengolahan data menggunakan PLS. Populasi pada penelitian ini yaitu masyarakat yang berdomisili di Jakarta dengan sample 160 . Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dan pendekatan deskriptif kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness* dan *Perceived Compatibility* berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap variabel *Trust* dan *Intention to Use*. Variabel *Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *Intention to Use* , serta variabel *Trust* memediasi variabel *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness* dan *Perceived Compatibility* terhadap *Intention to Use* secara tidak langsung.

Kata Kunci: Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Perbandingan, Kepercayaan , Minat Menggunakan



PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

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

Nama : Salsabil Ghassani

NIM : 55118120138

Program Studi : Magister Manajemen

dengan judul “**Faktor yang Mempengaruhi Intention to Use Aplikasi Mobile dengan Trust Sebagai Variabel Intervening (Study Pada Pengguna Aplikasi Fore Coffee)**” telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 29 Desember 2020 didapat persentase sebesar **30%**.



Jakarta, Januari 2021

UNIVERSITAS Administrasi Turnitin

MERCU BUANA

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Arie Pangudi', written over the text 'MERCU BUANA'.

Arie Pangudi, A.Md

LEMBAR PERNYATAAN

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

Judul : Faktor yang Mempengaruhi *Intention to Use* Aplikasi Mobile Dengan *Trust* Sebagai Variabel Intervening (Study pada Pengguna Fore Coffee)

Nama : Salsabil Ghassani

NIM : 55118120138

Program Studi : Magister Manajemen

Tanggal : 24 Januari 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 kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, Januari 2021



Salsabil Ghassani

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Faktor yang Mempengaruhi *Intention To Use* Aplikasi Mobile
Dengan *Trust* sebagai Variabel Intervening (*Study* pada Pengguna
Aplikasi Fore Coffee)

Nama : Salsabil Ghassani

NIM : 55118120138

Program Studi : Magister Manajemen

Tanggal :



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
(Dr. Yanto Ramli, MM)

Direktur Program Pascasarjana

(Prof. Dr. -Ing. Mudrik Alaydrus)

Ketua Program Studi

Magister Manajemen

(Dudi Permana, Ph.D)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas izinnya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis yang berjudul “Faktor yang mempengaruhi Intention to Use Aplikasi Mobile dengan Trust sebagai variabel intervening (Study pada pengguna Fore Coffee)” Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen di Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.

Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam menyelesaikan karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Prof. Dr. -Ing. Mudrik Alaydrus, selaku Direktur Pascasarjana, Universitas Mercu Buana.
3. Dudi Permana, Ph.D, selaku Ketua Program Magister Manajemen Pascasarjana, Universitas Mercu Buana dan selaku ketua penguji ujian akhir Tesis yang telah memberikan masukan dan saran agar Tesis ini menjadi lebih baik.
4. Dr. Yanto Ramli. MM. sebagai Dosen Pembimbing yang telah membimbing, mengarahkan dan memberikan semangat kepada penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan.
5. Dr. Zulfitri, MP, MM, selaku dosen penguji ujian akhir Tesis yang telah memberikan masukan dan saran agar Tesi
6. Seluruh Dosen dan staff pengajar Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.
7. Orang tua dan adik yang selalu memberikan doa dan mendukung setiap langkah dan keputusan yang penulis ambil.
8. Rekan-rekan kelas Marketing dan M.401 yang telah memberikan warna selama perkuliahan berlangsung dan semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang menjadi bagian dalam perjalanan meraih gelar ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan masukan yang membangun. Semoga Tesis ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, Januari 2021

Salsabil Ghassani

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| <i>ABSTRACT</i> | iii |
| ABSTRAK..... | iv |
| PERNYATAAN SIMILARITY CHECK..... | v |
| LEMBAR PERNYATAAN..... | vi |
| LEMBAR PENGESAHAN..... | vii |
| KATA PENGANTAR..... | viii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah..... | 13 |
| 1.3 Rumusan Masalah..... | 14 |
| 1.4 Tujuan Penelitian..... | 15 |
| 1.5 Kontribusi Penelitian..... | 15 |
| 1.5.1 Manfaat Teoritis..... | 16 |
| 1.5.2 Manfaat Praktis..... | 16 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS..... | 17 |
| 2.1 Kajian Pustaka..... | 17 |
| 2.1.1 Manajemen Pemasaran..... | 17 |
| 2.1.2 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> | 18 |
| 2.1.4 <i>Perceived Ease of Use</i> | 20 |
| 2.1.5 <i>Perceived Usefulness</i> | 21 |
| 2.1.6 <i>The Diffusion of Innovation Theory (DOI)</i> | 23 |
| 2.1.7 <i>Perceived Compatibility</i> | 23 |
| 2.1.8 <i>Trust</i> | 24 |
| 2.1.9 <i>Intention to Use</i> | 25 |

| | |
|--|-----------|
| 2.2 Pengembangan Hipotesis | 27 |
| 2.2.1 Hubungan antara Perceived Ease of Use dengan Trust | 27 |
| 2.2.2 Hubungan antara Perceived Usefulness dengan Trust..... | 28 |
| 2.2.3 Hubungan antara Perceived Compatibility dengan Trust..... | 29 |
| 2.2.4 Hubungan <i>Perceived Ease of Use</i> dengan <i>Intention to Use</i> | 30 |
| 2.2.5 Hubungan antara <i>Perceived Usefulness</i> dengan <i>Intention To Use</i> | 31 |
| 2.2.7 Hubungan <i>Trust</i> dengan <i>Intention to Use</i> | 33 |
| 2.3 Penelitian Terdahulu..... | 34 |
| 2.4 Kerangka Konseptual | 40 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 43 |
| 3.1 Waktu dan Tempat Penelitian | 43 |
| 3.2 Desain Penelitian..... | 43 |
| 3.3 Definisi dan Operasional Variabel | 44 |
| 3.3.1 Definisi Variabel..... | 44 |
| 3.3.2 Operasional Variabel | 45 |
| 3.4 Slaka Pengukuran Variabel | 48 |
| 3.5 Populasi dan Sampel Penelitian | 48 |
| 3.5.1 Populasi Penelitian..... | 48 |
| 3.5.2 Sampel Penelitian | 49 |
| 3.6 Metode Pengumpulan data..... | 49 |
| 3.7 Metode Analisis Data | 50 |
| 3.7.1 Analisis Deskriptif | 50 |
| 3.7.2 <i>Partial Leaset Square</i> | 51 |
| 3.7.3 Uji Instrumen | 56 |
| 3.8 Pengujian Hipotesis..... | 57 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 58 |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian | 58 |
| 4.2 Statistik Deskriptif..... | 59 |
| 4.2.1 Karakterisik Responden..... | 59 |
| 4.2.2 Desksipsi Variabel | 61 |

| | |
|---|----|
| 4.3 Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS) | 67 |
| 4.3.1 Evaluasi Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>) | 67 |
| 4.3.2 Pengujian Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>) | 73 |
| 4.4 Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur)..... | 76 |
| 4.5 Pembahasan Hasil Penelitian..... | 77 |
| BAB V KESIMPULAN..... | 80 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 80 |
| 5.2 Saran..... | 82 |
| DAFTAR PUSTAKA | 85 |
| LAMPIRAN..... | 91 |



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1 Perbandingan Kopi Arabika dan Robusta..... | 3 |
| Tabel 1.2 Daftar Kedai Kopi di Jakarta | 6 |
| Tabel 1.3 Pra Survey | 10 |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 34 |
| Tabel 3.1 Operasional Variabel..... | 46 |
| Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert..... | 48 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Demografi..... | 59 |
| Tabel 4.2 Nilai Konversi Mean..... | 61 |
| Tabel 4.3 Hasil Distribusi Variabel <i>Perceived Ease of Use</i> | 62 |
| Tabel 4.4 Hasil Distribusi Variabel <i>Perceived Usefulness</i> | 63 |
| Tabel 4.5 Hasil Distribusi Variabel <i>Perceived Compatibility</i> | 64 |
| Tabel 4.6 Hasil Distribusi Variabel <i>Trust</i> | 65 |
| Tabel 4.7 Hasil Distribusi Variabel <i>Intention To Use</i> | 66 |
| Tabel 4.8 Hasil Pengujian Convergent Validity | 68 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE)..... | 70 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Fornell-Lacker Criterion..... | 71 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Cross Loading..... | 71 |
| Tabel 4.12 Hasil Pengujian Composite Reliability | 73 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Nilai R-Square | 74 |
| Tabel 4.14 Predictive Relevance..... | 75 |
| Tabel 4.15 Hasil Uji Hipotesis | 76 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Perkembangan Luas Area Kopi di Indonesia Menurut Status Pengusahaan Tahun 2010-2019 | 2 |
| Gambar 1.2 Perkembangan Luas Area Kopi Indonesia Menurut Jenis Kopi Yang Diusahakan tahun 2010-2019..... | 4 |
| Gambar 1.3 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2020 | 8 |
| Gambar 1.4 Penetrasi Pengguna Internet 2018 Berdasarkan Umur..... | 9 |
| Gambar 2.1 Model <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) | 20 |
| Gambar 2.2 Kerangka Konseptual | 41 |
| Gambar 4.1 Analisis Outer Model | 68 |
| Gambar 4.2 Hasil Uji Bootstrapping..... | 77 |
| Gambar 4.3 Hasil Uji T-Statistic..... | 84 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--------------|----------------------------------|
| LAMPIRAN I | : HASIL SIMILARITY TEST/TURNITIN |
| LAMPIRAN II | : DAFTAR RIWAYAT HIDUP |
| LAMPIRAN III | : KUESIONER PENELITIAN |
| LAMPIRAN IV | : HASIL OLAH DATA |

