

**ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE*,
PERCEIVED ENJOYMENT DAN *PERCEIVED USEFULNESS*
TERHADAP *INTENTION TO REUSE* PADA APLIKASI
RCTI PLUS DI KOTA JAKARTA BARAT**

SKRIPSI



Nama: Reni Septiyana Rudiono

NIM: 43121110088

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2024

**ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE*,
PERCEIVED ENJOYMENT DAN *PERCEIVED USEFULNESS*
TERHADAP *INTENTION TO REUSE* PADA APLIKASI
RCTI PLUS DI KOTA JAKARTA BARAT**

Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana

Jakarta



Nama: Reni Septiyana Rudiono

NIM: 43121110088

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2024

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Reni Septiyana Rudiono
NIM : 43121110088
Program Studi : S1 Manajemen

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

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 05 Maret 2024



Reni Septiyana Rudiono

43121110088

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Reni Septiyana Rudiono
NIM : 43121110088
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Enjoyment dan Perceived Usefulness terhadap Intention to Reuse pada Aplikasi RCTI Plus di Kota Jakarta Barat
Tanggal Sidang : 29 Februari 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing


Dr. Syafrizal Chan, S.E., M.Si

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LPTA 03243525



Please Scan QRCode to Verify

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan berkat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul “**Analisis Pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Perceived Enjoyment* dan *Perceived Usefulness* terhadap *Intention to Reuse* pada Aplikasi RCTI Plus di Kota Jakarta Barat**”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi 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 berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM, IPU., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA., CIPSAS., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, Ph. D., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Syafrizal Chan, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.
5. Bapak Ali Hanafiah, S.E., MM, DBA., selaku dosen penguji ujian akhir skripsi, yang telah memberikan masukan dan saran agar skripsi ini menjadi lebih baik.
6. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami. Semoga di hadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak/Ibu.
7. Bapak dan Ibu di bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.
8. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB Angkatan 2021 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.
9. Teristimewa, kedua orangtua tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari eksalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan

kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 05 Maret 2024



Reni Septiyana Rudiono



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Kontribusi Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN TEORITIS	14
A. Kajian Teoritis	14
1. Perilaku Konsumen.....	14
2. Teori <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM).....	19
3. Niat Menggunakan Kembali / <i>Intention to Reuse</i>	21
4. Persepsi Kemudahan / <i>Perceived Ease of Use</i>	23
5. Persepsi Kesenangan / <i>Perceived Enjoyment</i>	25
6. Persepsi Kegunaan / <i>Perceived Usefulness</i>	27
B. Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	30
C. Pengembangan Hipotesis.....	34
D. Kerangka Pemikiran	34

BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	36
B. Desain Penelitian	36
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	37
1. Definisi Variabel.....	37
2. Operasionalisasi Variabel	39
D. Skala Pengukuran Variabel	41
E. Populasi dan Sampel Penelitian	42
F. Metode Pengumpulan Data	44
G. Metode Analisis Penelitian.....	45
1. Metode Pengolahan Data.....	45
2. Metode Penyajian Data.....	46
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	 54
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	54
1. Profil Perusahaan	54
2. Visi dan Misi Perusahaan	55
3. Logo Perusahaan.....	56
B. Statistik Deskriptif.....	56
1. Deskripsi Responden	56
2. Deskripsi Variabel	60
C. Hasil Analisis Data	66
1. Analisis Data Deskriptif	66
2. Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	67
3. Analisis Model Pengukuran (<i>Inner Model</i>).....	73
4. Uji Hipotesis	77
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	81
1. Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> Terhadap <i>Intention to Reuse</i>	81
2. Pengaruh <i>Perceived Enjoyment</i> Terhadap <i>Intention to Reuse</i>	82
3. Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> Terhadap <i>Intention to Reuse</i>	83

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	85
A. Kesimpulan.....	85
B.Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	92



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Daftar Jenis Video Paling Populer di Indonesia.....	3
Gambar 1.2	National TV dan Digital Content	4
Gambar 1.3	Top Video Entertainment on Demand Apps	7
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	35
Gambar 4.1	Logo RCTI Plus.....	56
Gambar 4.2	Model Struktural yang Diajukan	66
Gambar 4.3	Hasil Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	67
Gambar 4.4	Model Pengukuran Hasil Modifikasi.....	71
Gambar 4.5	Hasil Pengujian Hipotesis.....	77



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Tabel Pra Survei terkait Niat Penggunaan.....	10
Tabel 2.1	Tabel Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 3.1	Indikator Variabel Penelitian.....	39
Tabel 3.2	Indikator Measurement.....	41
Tabel 3.3	Skor Skala Likert.....	42
Tabel 4.1	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
Tabel 4.2	Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4.3	Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	58
Tabel 4.4	Jumlah Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan.....	59
Tabel 4.5	Teknik Penelitian <i>Intention to Reuse</i>	61
Tabel 4.6	Teknik Penelitian <i>Perceived Ease of Use</i>	62
Tabel 4.7	Teknik Penelitian <i>Perceived Enjoyment</i>	64
Tabel 4.8	Teknik Penelitian <i>Perceived Usefulness</i>	65
Tabel 4.9	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	68
Tabel 4.10	Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	69
Tabel 4.11	<i>Fornell Lacker Criterion</i> sebelum Modifikasi.....	70
Tabel 4.12	<i>Fornell Lacker Criterion</i> setelah Modifikasi.....	72
Tabel 4.13	Nilai Uji Reliabilitas.....	73
Tabel 4.14	Nilai <i>R-Square</i>	74
Tabel 4.15	Nilai <i>Q-Square</i>	75
Tabel 4.16	<i>Model Fit</i>	76
Tabel 4.17	Hasil <i>Output Bootstrapping</i>	77
Tabel 4.18	<i>Direct Effect Perceived Ease of Use</i>	78
Tabel 4.19	<i>Direct Effect Perceived Enjoyment</i>	79
Tabel 4.20	<i>Direct Effect Perceived Usefulness</i>	80
Tabel 4.21	Hasil Hipotesis.....	80