

DESKRIPSI PENGGUNAAN APLIKASI SHOPEE BERDASARKAN

TEORI *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* DAVIS 1985

Disusun Oleh:

Nama: Eric Christopher

NIM: 28190352

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

MARET 2023

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

PENGESAHAN

**DESKRIPSI PENGGUNAAN APLIKASI SHOPEE BERDASARKAN
TEORI *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* DAVIS 1985**

Diajukan Oleh

Nama: Eric Christopher

NIM: 28190352

Jakarta, 7 Maret 2023

Disetujui Oleh:

Pembimbing



(Prof. Dr. Ir. Bilson Simamora, M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2023

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRAK

Eric Christopher / 28190352 / 2023 / Deskripsi Penggunaan Aplikasi Shopee Berdasarkan Teori *Technology Acceptance Model* Davis 1985 / Pembimbing: Prof. Dr. Ir. Bilson Simamora, M.M.

Era modern saat ini ditandai dengan berkembangnya teknologi yang dapat membantu pekerjaan manusia dalam melakukan sesuatu agar lebih mudah dalam mendapatkan segala sesuatu. Salah satu perkembangan tersebut adalah adanya belanja *online*, di mana pembeli tidak perlu pergi ke tempat belanja secara langsung. Di Shopee, belanja *online* difasilitasi oleh aplikasi Shopee. Namun, alasan mengapa konsumen mengadaptasi aplikasi ini belum sepenuhnya dipahami. Oleh karena itu, dengan menggunakan *Technology Acceptance Model*, penelitian ini bertujuan untuk menemukan faktor-faktor yang mendorong orang untuk menggunakan aplikasi Shopee.

Penelitian ini mengadaptasi teori model penerimaan teknologi dari Davis (1985). Tiga variabel eksternal yang ditambahkan adalah kerumitan, efikasi diri, dan akses pada koneksi internet.

Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 150 dengan teknik *judgement sampling*. Kriteria responden adalah pernah menggunakan dan melakukan pembelian pada aplikasi Shopee.

Penelitian ini menemukan bahwa kerumitan tidak memiliki pengaruh langsung terhadap persepsi kegunaan namun memiliki pengaruh negatif terhadap persepsi kemudahan penggunaan. Efikasi diri memiliki pengaruh langsung terhadap persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan. Akses pada koneksi internet memiliki pengaruh langsung terhadap persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan. Persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh langsung terhadap persepsi kegunaan dan sikap pada penggunaan. Persepsi kegunaan memiliki pengaruh secara langsung terhadap sikap pada penggunaan.

Pada penelitian selanjutnya, disarankan dapat meneliti dengan variabel eksternal baru untuk *Technology Acceptance Model* untuk menemukan pengaruh lain terhadap penerimaan penggunaan suatu teknologi atau inovasi, misalnya pengalaman berdasarkan Model of Goal Directed Behavior oleh Marco Perugini dan Richard P. Bagozzi. Bagi perusahaan, dapat disarankan agar dapat menciptakan inovasi-inovasi baru yang mudah digunakan dan tidak rumit dalam penggunaannya.

Kata Kunci: Kerumitan, Efikasi Diri, Akses Pada Koneksi Internet, *Technology Acceptance Model*

ABSTRACT

Eric Christopher / 28190352 / 2023 / *Description of Shopee Application Usage Based on Davis' 1985 Technology Acceptance Model Theory* / Advisor: Prof. Dr. Ir. Bilson Simamora, M.M.

Today's modern era is indicated by the development of technology that can help people's work in doing something in order to make it easier to get everything. One of that development is existence of online shopping, Through which the shopper have no need to go to a direct shopping place. In Shopee, online shopping is facilitated by Shopee's application. However, the reason about why costumers adapt this application has not been fully understood. Therefore, by using Technology Acceptance Model, the research aims to find the factors to encourage people to use Shopee's aplication.

This study adapted Davis' (1985) technology acceptance model theory. The three external variables added were complexity, self-efficacy, and access to internet connection.

This study took a sample of 150 with a judgment sampling technique. The criteria to select respondents are to have ever used and made purchases using the Shopee application.

This study found that complexity has no direct influence on perceived usefulness but has a negative influence on perceived ease of use. Self-efficacy has a direct influence on perceived usefulness and perceived ease of use. Access to an internet connection has a direct influence on perceived usefulness and perceived ease of use. Perceived ease of use has a direct influence on perceived usefulness and attitude towards use. Perceived usefulness has a direct influence on attitude towards use.

In future research, it is suggested that itt can be examined with new external variables for the Technology Acceptance Model to find other influences on the acceptance of the use of a technology or innovation, for example experience based on the Model of Goal Directed Behavior by Marco Perugini and Richard P. Bagozzi. For companies, it can be suggested that they can create new innovations that are easy to use and not complicated to use.

Keywords: *Complexity, Self-Efficacy, Internet Access, Technology Acceptance Model*



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah mencurahkan berkat dan juga rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Deskripsi Penggunaan Aplikasi Shopee Berdasarkan Teori *Technology Acceptance Model Davis 1985*” ini. Penulis menyadari bahwasannya penulisan skripsi ini tidak akan dapat diselesaikan dengan baik tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Bilson Simamora, M.M. selaku Dosen Pembimbing yang membimbing serta memberikan pengarahan dalam menyelesaikan karya akhir.
2. Kepada seluruh pihak dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang memberikan segala ilmu pengetahuan yang sangatlah berharga bagi penulis.
3. Kepada kedua orang tua penulis, Bapak Agus dan Ibu Yuliana yang telah memberikan bantuan berupa doa dan motivasi selama proses penyusunan skripsi.
4. Kepada Vincent, Bobby, dan teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
5. Kepada para responden yang telah membantu penulis dalam mengisi kuesioner.
6. Kepada berbagai pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dapat menyelesaikan skripsi.

Penulis juga menyadari skripsi ini masih berada jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengucapkan permintaan maaf sebesar besarnya apabila terdapat kata kata yang kurang berkenan, serta mengucapkan terima kasih

Jakarta, Maret 2023

Penulis

Eric Christopher



DAFTAR ISI

PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	i
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Penelitian	5
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan Penelitian	6
F. Manfaat Penelitian	6
1. Bagi perusahaan	6
2. Bagi Pembaca	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
A. Landasan Teoritis	8
1. Inovasi	8
2. <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	10
3. Sikap	13
B. Penelitian Terdahulu	15
C. Kerangka Pemikiran	21
1. Pengaruh kerumitan terhadap persepsi kegunaan.	22
2. Pengaruh kerumitan terhadap persepsi kemudahan penggunaan.	22
3. Pengaruh efikasi diri terhadap persepsi kegunaan.	23
4. Pengaruh efikasi diri terhadap persepsi kemudahan penggunaan.	23
5. Pengaruh akses pada koneksi internet terhadap persepsi kegunaan.	23
6. Pengaruh akses pada koneksi internet terhadap persepsi kemudahan penggunaan.	23
7. Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap persepsi kegunaan.	24
8. Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap pada penggunaan.	24





2.	Pengaruh Persepsi Kerumitan Terhadap Persepsi Kemudahan Penggunaan	56
3.	Pengaruh Efikasi diri terhadap persepsi kegunaan.....	56
4.	Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Persepsi Kemudahan Penggunaan	57
5.	Pengaruh Akses Pada Koneksi Internet Terhadap Persepsi Kegunaan	57
6.	Pengaruh Akses Pada Koneksi Internet Terhadap Persepsi Kemudahan Penggunaan	58
7.	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Persepsi Kegunaan	58
8.	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Sikap Pada Penggunaan	58
9.	Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Sikap Pada Penggunaan	59
10.	Pembahasan.....	59
11.	Pengaruh Persepsi Kerumitan Terhadap Persepsi Kegunaan.....	59
12.	Pengaruh Persepsi Kerumitan Terhadap Persepsi Kemudahan Penggunaan	60
13.	Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Persepsi Kegunaan.....	60
14.	Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Persepsi Kemudahan Kemudahan Penggunaan.....	61
15.	Pengaruh Akses Pada Koneksi Internet Terhadap Persepsi Kegunaan	61
16.	Pengaruh Akses Pada Koneksi Internet Terhadap Persepsi Kemudahan Penggunaan	61
17.	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Persepsi Kegunaan	62
18.	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Sikap Pada Penggunaan	62
19.	Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Sikap Pada Penggunaan	63
F.	Keterbatasan Penelitian	63
1.	Jangkauan Responden	63
2.	Variabel Eksternal.....	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		65
A.	Kesimpulan	65
B.	Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA		67
LAMPIRAN.....		69

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Daftar 10 e-Commerce Terpopuler di Indonesia	2
Gambar 2.1 Model <i>Technology Acceptance Model</i>	10
Gambar 2.2 Model Konseptual Penelitian	20
Gambar 3.1 Model Lengkap SEM	37
Gambar 4.1 Logo Shopee.....	38
Gambar 4.2 Model SEM	51
Gambar 4.3 <i>Model of Goal Directed Behavior</i>	62

© Hakipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	17
Tabel 3.1 Variabel Penelitian	27
Tabel 3.2 Kriteria Goodness of fit.....	34
Tabel 4.1 Presentase Responden yang Menggunakan Aplikasi Shopee	39
Tabel 4.2 Persentase Responden yang Pernah Melakukan Pembelian atau Transaksi di Aplikasi Shopee.....	39
Tabel 4.3 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas 30 Responden	40
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas 150 Responden	42
Tabel 4.6 Analisa Deskriptif Variabel Kerumitan.....	44
Tabel 4.7 Analisa Deskriptif Variabel Efikasi Diri	45
Tabel 4.8 Analisa Deskriptif Variabel Akses Pada Koneksi Internet	46
Tabel 4.9 Analisa Deskriptif Variabel Persepsi Kegunaan	47
Tabel 4.10 Analisa Deskriptif Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	48
Tabel 4.11 Analisa Deskriptif Variabel Sikap Pada Penggunaan	49
Tabel 4.12 Hasil <i>Goodness of Fit</i>	50
Tabel 4.13 Uji Hipotesis.....	53

