

**PENGARUH *ANTECEDENT THEORY OF PLANNED
BEHAVIOR* TERHADAP KONSUMEN SHOPEE DI
SURABAYA**



OLEH:
ALBERTINUS WICAKSANA SENTYAJI
3103015120

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2019**

PENGARUH *ANTECEDENT THEORY OF PLANNED BEHAVIOR*
TERHADAP KONSUMEN SHOPEE DI SURABAYA

SKRIPSI S1
Ditujukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen

OLEH:
ALBERTINUS WICAKSANA SENTYAJI
3103015120

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2019

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *ANTECEDENT THEORY OF PLANNED BEHAVIOR*
TERHADAP KONSUMEN SHOPEE DI SURABAYA**

**OLEH:
ALBERTINUS WICAKSANA SENTRYAJI
3103015120**

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji:

Pembimbing



Dr. Margaretha Ardhanari SE., M.Si
Tanggal:

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Albertinus Wicaksana Sentyaji NRP 3103015120
Telah diuji pada tanggal 28 Januari 2019 dan dinyatakan lulus oleh tim penguji

Ketua Tim Penguji



Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si.
NIK. 311.95.0228

Mengetahui,

Dekan



Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPAI.
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit H. L., SE., M.Sc.
NIK.311.11.0678

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Albertinus Wicaksana Sentyaji

NRP : 3103015120

Judul Skripsi : Pengaruh *Antecedent Theory of Planned Behavior*
Terhadap Konsumen Shopee di Surabaya

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 29 Januari 2019
Yang Menyatakan,



Albertinus Wicaksana Sentyaji

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat-Nya, skripsi dengan judul “Pengaruh *Antecedent Theory of Planned Behavior* Terhadap Konsumen Shopee di Surabaya” dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Penulis sangat bersyukur karena mendapat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah membantu proses pembuatan tugas akhir ini.

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., AK.,CA selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit, SE., M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dr. Margaretha Ardhanari, SE. M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk membimbing penulis
4. Seluruh Dosen Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, yang telah memberikan pengajaran dalam memberikan ilmu yang berharga guna menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Orangtua yang telah memberikan doa, semangat dan kasih sayang sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Kepada teman – teman “Outliers”, teman – teman “Mangan”, dan teman – teman satu bimbingan yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna sehingga masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat dapat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan tugas akhir ini. Penulis juga berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 29 Januari 2019

Penulis,

Albertinus Wicaksana Sentyaji

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
 BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	9
 BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	11
2.2 Penelitian Terdahulu	15
2.3 Pengembangan Antar Variabel	16
2.4 Rerangka Penelitian	19
2.5 Perumusan Hipotesis	19
 BAB 3. METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian	20
3.2 Identifikasi Variabel	20
3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	21
3.4 Jenis dan Sumber Data	23
3.5 Alat dan Metode Pengumpulan data	23
3.6 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	24
3.7 Analisis Data	25
 BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	34
4.2 Karakteristik Responden	34
4.3 Deskripsi Data	37
4.4 Evaluasi <i>Outer Model</i>	40
4.5 Evaluasi <i>Inner Model</i>	45
4.6 Pembahasan	50

BAB 5 SIMPULAN, KETERBASAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	57
5.2 Keterbatasan.....	58
5.3 Saran	59
Daftar Pustaka	61
Lampiran	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Komposisi Data Pengguna <i>Internet</i> di Indonesia	1
Tabel 1.2 Kontribusi 5 Kota Besar di Indonesia.....	2
Tabel 1.3 5 Data Teratas Waktu Berkunjung Konsumen Indonesia	3
Tabel 1.4 Kontribusi Pesanan yang Diterima Shopee.....	7
Tabel 1.5 Aplikasi <i>Mobile Shopping</i> Populer.....	7
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Sekarang	15
Tabel 3.1 Ringkasan Rule of Thumb Model Pengukuran	28
Tabel 3.2 Ringkasan Kriteria Rule of Thumb Model Pengukuran	28
Tabel 3.3 Ringkasan Penelitian Rule of Thumb Model Struktural.....	30
Tabel 4.1. Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
Tabel 4.2 Frekuensi Responden Berdasarkan Usia.....	35
Tabel 4.3 Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	35
Tabel 4.4 Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	36
Tabel 4.5 Frekuensi Responden Berdasarkan Berapa Kali Berbelanja	36
Tabel 4.6 Interval Nilai Jawaban Responden	37
Tabel 4.7 Deskriptif Jawaban Responden Penelitian	37
Tabel 4.8 Validitas Konvergen	40
Tabel 4.9 Validitas <i>Discriminant</i>	42
Tabel 4.10 AVE (<i>Average Variance Extracted</i>).....	43
Tabel 4.11 <i>Composite Reliability</i>	43
Tabel 4.12 <i>Croonbach Alpha</i>	44
Tabel 4.13 Nilai <i>R-Square</i> (R^2)	46
Tabel 4.14 <i>Path Coefficient</i>	46
Tabel 4.15 <i>F-Square</i> (F^2).....	47
Tabel 4.16 <i>Predictive Relevance</i> (Q^2).....	48
Tabel 4.17 Hasil Uji Hipotesis.....	48

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model <i>Theory of Planned Behavior</i>	11
Gambar 2.2 Rerangka Penelitian	19
Gambar 4.1 Model Penelitian <i>Partial Least Square Algorithm</i>	45

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Karakteristik Responden
- Lampiran 3. Jawaban Karakteristik Responden
- Lampiran 4a. Jawaban Responden Tentang Variabel ESQ
- Lampiran 4b. Jawaban Responden Tentang Variabel NS
- Lampiran 4c. Jawaban Responden Tentang Variabel SE
- Lampiran 4d. Jawaban Responden Tentang Variabel AT
- Lampiran 4e. Jawaban Responden Tentang Variabel SN
- Lampiran 4f. Jawaban Responden Tentang Variabel PBC
- Lampiran 4g. Jawaban Reponden Tentang Variabel BI
- Lampiran 5. *Output Model PLS Algorithm*
- Lampiran 6. *PLS Bootstrapping*
- Lampiran 7. Hasil Uji Hipotesis

ABSTRAK

Perkembangan jaringan khususnya *internet* ternyata telah mengubah pola perilaku seperti dari cara berbelanja melalui perdagangan elektronik yang disebut dengan *e-commerce*. Mudahnya akses untuk mengunjungi situs *online* tersebut sehingga menemukan berbagai pola yaitu dari segi waktu yang dihabiskan untuk sekali berkunjung, kategori barang yang ingin dicari dan kebiasaan yang dilakukan konsumen sebelum bertransaksi pada situs *online*.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat pengaruh antara *e-service quality* dengan *attitude*, *normative beliefs* dengan *subjective norm*, *self-efficacy* dengan *perceived behavior control*. Selain itu akan menguji pengaruh *attitude*, *subjective norm*, serta *perceived behavior control* terhadap *behavior intention*. Sebanyak 200 responden digunakan dalam penelitian ini dengan teknik *purposive sampling* dan data primer akan digunakan untuk disebar langsung melalui kuesioner pada konsumen yang melakukan transaksi *online* pada situs Shopee.

Hasil Penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan pada *e-service quality*, *normative beliefs* serta *self-efficacy*. Selain itu *attitude*, *subjective norm* dan *perceived behavior control* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavior intention*. Bearti konsumen menilai sebuah toko *online* itu layak atau tidak dilihat dari kualitas layanannya, sugesti atau pendapat orang, dan dari sikapnya dalam mengatasi kesulitan saat berbelanja. Keyakinan konsumen akan pilihannya sesuai yang dipesan dan efisien dapat memunculkan keinginan untuk berbelanja kembali di waktu yang lain.

Kata kunci: *self-efficacy*, *e-service quality*, *theory of planned behavior*, *behavior intention*

THE EFFECT OF ANTECEDENT THEORY OF PLANNED BEHAVIORS ON SHOPEE CONSUMERS IN SURABAYA

ABSTRACT

The development of networks, especially internet has changed behavior patterns such as how to shopping through electronic commerce called e-commerce. Easy access to visit online site found many variety of patterns for example in terms of time was spent on a single visit, the category of goods that they want to look for and the habits of consumers before they make a transaction on online site.

The purpose of this research is to examine whether there is a relationship that influence e-service quality and attitude, normative beliefs with subjective norm, self-efficacy with perceived behavior control. Moreover this research will examine the relationship that influence attitude, subjective norm and perceived behavior control on the behavior intention. A total of 200 respondents were used in this study with non-purposive sampling technique and primary data will used to distribute directly through questionnaires to consumers who made online transaction on the Shopee site.

This result of this study showed that there were significant influence in e-service quality, normative beliefs and self-efficacy. In addition, attitude, subjective norm and perceived behavior control have significant influence to behavior intention. It means consumers consider an online store to be accepted or not can be seen from the quality of its service, suggestions or opinions of people, and from its attitude in overcoming difficulties when shopping. Consumer's confidence on their choice can suitable according their order and it will efficient so consumers can lead to the desire to shopping again at another time.

Keywords: *self-efficacy, e-service quality, theory of planned behavior, behavior intention*