

**PENGARUH *SUBJECTIVE NORMS*, *PERSONAL INNOVATIVENESS*, DAN *PERCEIVED ENJOYMENT* TERHADAP
INTENTION TO USE PADA ALFACART
DI SURABAYA**



**OLEH:
MELINDA PUTRI WINATA
3103015150**

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

PENGARUH *SUBJECTIVE NORMS*, *PERSONAL
INNOVATIVENESS*, DAN *PERCEIVED ENJOYMENT*
TERHADAP *INTENTION TO USE* PADA
ALFACART DI SURABAYA

SKRIPSI
Diajukan Kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

OLEH:
MELINDA PUTRI WINATA
3103015150

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2019

HALAMAN PERSETUJUAN

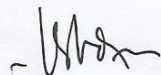
SKRIPSI

**PENGARUH *SUBJECTIVE NORMS*, *PERSONAL INNOVATIVENESS*
DAN *PERCEIVED ENJOYMENT* TERHADAP *INTENTION TO*
USE PADA ALFACART DI SURABAYA**

Oleh
MELINDA PUTRI WINATA
3103015150

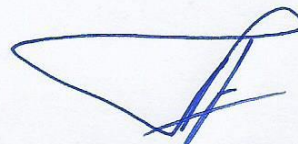
Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
Untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si
NIK. 311.95.0228
Tanggal: 17/6/19

Pembimbing II,

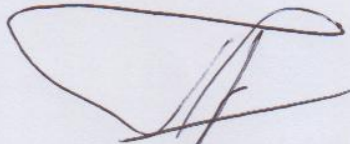


N. Agus Sunarjanto SE., MM.Si
NIK 311.92.0194
Tanggal: 17/6/19

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Melinda Putri Winata NRP 3103015150
Telah diuji pada tanggal 26 Juni 2019 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

A.n. Ketua Tim Penguji
Sekretaris Tim Penguji

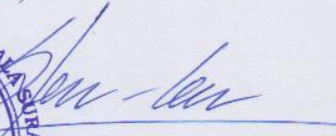


N. Agus Sunarjanto, SE., MM.
NIK 311.92.0194

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 Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Melinda Putri Winata

NRP : 3103015150

Judul Skripsi : *PENGARUH SUBJECTIVE NORMS, PERSONAL INNOVATIVENESS, DAN PERCEIVED ENJOYMENT TERHADAP INTENTION TO USE PADA ALFACART DI SURABAYA*

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya, Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarisme, 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 sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

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

Surabaya, Juni 2019.

Yang menyatakan



(Melinda Putri Winata)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yesus Kristus atas kasih dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktunya. Penulis tugas akhir dengan judul “Pengaruh *Subjective Norms*, *Personal Innovativeness*, dan *Perceived Enjoyment* terhadap *Intention to Use* pada Alfamart di Surabaya” ini ditujukan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian Program Pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Sepanjang pengerjaan hingga penyelesaian tugas akhir ini penulis telah banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit H.L., 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 1 yang telah membimbing dengan sabar, membantu memberikan masukan dan mengarahkan penulis sejak awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini.
4. Bapak Dr. Nekhasius Agus Sunarjanto, S. E., MM selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan dan saran yang bermanfaat kepada penulis sehingga penulis skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Fakultas Bisnis yang telah mengajar dan juga telah membagikan pengetahuan semasa penulis kuliah selama ini.
6. Papa Harry, Mama Rifka, Kakak Melisa, Adik Meliana dan Juan, serta keluarga besar atas dukungan doa serta kasih sayang sehingga penulis dapat menyelesaikan studi selama ini.

7. Seluruh sahabat saya selama masa perkuliahan, Dwi Rustiana, Jelita Kaeng, Dewandra Vidi, Cicilia Rachel, Dosi Octavia, Tommi Setiawan, dan Fransisca yang selalu memberikan semangat dan motivasi agar saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabat-Sahabat saya Cindy Tristan, Margaretha, Selvi, Glory, Yosua, Jeremy yang selalu menemani saya menyelesaikan karya ini.
9. Teman-teman satu bimbingan saya, Andri, Arin, Axel, Ayin, Eka, Evan, Hera, Jhosua, Michael, Alvin, Iko, Kevin Lidya, dan Windy yang memberikan dukungan untuk menyelesaikan karya ini dengan baik.
10. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner dalam penelitian ini.
11. Semua pihak yang tidak disebutkan satu per satu yang membantu penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih memiliki banyak kelemahan ataupun kekurangan, mengingat keterbatasan pengetahuan, waktu, tenaga, dan keterbatasan lainnya yang ada pada diri penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini lebih baik lagi kedepannya. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga tugas akhir ini bermanfaat dan berguna bagi siapa saja yang memerlukan.

Surabaya.....Juni 2019

Penulis

Melinda Putri Winata

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	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.5. Sistematika Penulisan	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Landasan Teori	8
2.1.1 <i>Theory of Reasoned Action</i>	8
2.1.2 <i>Technology Acceptance Model</i>	9
2.1.3 <i>Intention to Use</i>	10
2.1.4 <i>Perceived Enjoyment</i>	11
2.1.5 <i>Personal Innovativeness</i>	12
2.1.6 <i>Subjective Norm</i>	12

2.2. Penelitian Terdahulu	13
2.3. Pengembangan Hipotesis	14
2.3.1 Pengaruh <i>Subjective Norm</i> Terhadap <i>Perceived Enjoyment</i>	14
2.3.2 Pengaruh <i>Subjective Norm</i> Terhadap <i>Intention to Use</i>	15
2.3.3 Pengaruh <i>Personal Innovativeness</i> Terhadap <i>Perceived Enjoyment</i> .	15
2.3.4 Pengaruh <i>Personal Innovativeness</i> Terhadap <i>Intention to Use</i>	16
2.3.5 Pengaruh <i>Perceived Enjoyment</i> Terhadap <i>Intention to Use</i>	16
2.4. Rerangka Penelitian.....	17
 BAB 3 METODE PENELITIAN	 18
3.1. Desain Penelitian.....	18
3.2. Identifikasi, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel.....	18
3.2.1. <i>Identifikasi Variabel</i>	18
3.2.2. Definisi Operasional Variabel	18
3.2.3. Pengukuran Variabel	20
3.3. Jenis dan Sumber Data	20
3.4. Alat Metode Pengumpulan Data	21
3.5. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	21
3.6. Analisis Data	21
3.6.1 <i>Uji Validitas</i>	22
3.6.2 <i>Uji Reliabilitas</i>	23
3.6.3 <i>Uji Normalitas</i>	23
3.6.4 <i>Uji Kecocokan Keseluruhan Model</i>	24
3.6.5 <i>Uji Kecocokan Keseluruhan Struktural</i>	25
3.6.6 <i>Uji Hipotesis</i>	25
 BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	 26
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	26
4.2. Deskripsi Data	29
4.3. Hasil Ananlisi Data	33
4.3.1 <i>Uji Normalitas</i>	33

4.3.2 Uji Validitas	34
4.3.3 Uji Reliabilitas	35
4.3.4 Uji Kecocokan Model Struktural	37
4.3.5 Uji Kecocokan Keseluruhan Model	38
4.3.6 Uji Hipotesis Penelitian	38
4.4. Pembahasan	40
BAB 5 SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN.....	45
5.1. Kesimpulan.....	45
5.2. Keterbatasan.....	46
5.3. Saran	46
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Jumlah Pengunjung <i>E-commerce</i> di Indonesia	1
Tabel 2.1. Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang.....	14
Tabel 4.1. Tabel Konsumen yang Pernah Berbelanja di Alfamart.....	26
Tabel 4.2. Tabel Konsumen yang Ingin Berbelanja di Alfacart.....	27
Tabel 4.3. Tabel Domisili.....	27
Tabel 4.4. Tabel Jenis Kelamin	28
Tabel 4.5. Tabel Usia	28
Tabel 4.6. Tabel Pekerjaan	28
Tabel 4.7. Tabel Pendapatan	29
Tabel 4.8. Interval Rata - Rata Skor	30
Tabel 4.9. Statistik Deskriptif <i>Subjective Norm</i>	30
Tabel 4.10. Statistik Deskriptif <i>Personal Innovativeness</i>	31
Tabel 4.11. Statistik Deskriptif <i>Perceived Enjoyment</i>	32
Tabel 4.12. Statistik Deskriptif <i>Intention to Use</i>	32
Tabel 4.13. Hasil Uji <i>Univariate Normality</i>	33
Tabel 4.14. Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i>	34
Tabel 4.15. Hasil Uji Validitas Data	34
Tabel 4.16. Hasil Perhitungan <i>Construct Reliability</i> SN	35
Tabel 4.17. Hasil Perhitungan <i>Construct Reliability</i> PI.....	36
Tabel 4.18. Hasil Perhitungan <i>Construct Reliability</i> PE.....	36
Tabel 4.19. Hasil Perhitungan <i>Construct Reliability</i> IU	37
Tabel 4.20. Ikhtisar <i>Goodness of Fit</i>	38
Tabel 4.21. Pengujian Hipotesis	39

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model <i>Theory of Reasoned Action</i>	9
Gambar 2.2. <i>Technology Acceptance Model</i>	10
Gambar 2.3. Kerangka Penelitian	17

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Karakteristik Responden
- Lampiran 3. Hasil Kuesioner
- Lampiran 4. Statistik Deskriptif
- Lampiran 5. Uji Normalitas
- Lampiran 6. Uji Validitas
- Lampiran 7. Uji Realibilitas
- Lampiran 8. Uji SEM
- Lampiran 9. Path Diagram Estimate
- Lampiran 10. Path Diagram Standarized Solution
- Lampiran 11. Path Diagram T-Value

ABSTRAK

maju saat ini, *e-commerce* sudah menjadi hal yang umum digunakan oleh masyarakat. Perkembangan teknologi semakin maju membuat seseorang memiliki perubahan dalam berbelanja dari berbelanja *offline* dan saat ini berubah menjadi *online* dengan kemudahan yang diberikan sehingga pengguna *e-commerce* terus mengalami peningkatan yang cukup pesat. Banyaknya peritel yang melakukan perdagangan *online*.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh *subjective norms*, *personal innovativeness*, dan *perceived enjoyment* terhadap *intention to use*. Penelitian ini merupakan penelitian kausal. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan menggunakan cara *purposive sampling*. Obyek dari penelitian ini yaitu konsumen yang berminat untuk menggunakan Alfacart di Surabaya dengan sampel yang digunakan sebesar 120 responden. Alat pengumpulan data yang digunakan yaitu menggunakan kuisioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Model* yang dibantu dengan menggunakan program Lisrel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *subjective norm* berpengaruh signifikan terhadap *perceived enjoyment*, *subjective norm* berpengaruh signifikan terhadap *intention to use*, *personal innovativeness* berpengaruh signifikan terhadap *perceived enjoyment*, *personal innovativeness* berpengaruh signifikan terhadap *intention to use*, *perceived enjoyment* berpengaruh signifikan terhadap *intention to use* pada Alfacart di Surabaya.

Kata Kunci: *Subjective Norm, Personal Innovativeness, Perceived Enjoyment, Intention to Use*

ABSTRACT

In today's advanced era, e-commerce has become a common thing used by the public. Increasingly advanced technological developments make a person have a change in shopping from offline shopping and now it turns into online with the convenience provided so that e-commerce users continue to experience rapid increases. Many retailers are trading online.

This study aims to determine the influence of subjective norms, personal innovativeness, and perceived enjoyment on the intention to use. This research is a causal study. The sampling technique in this study uses non-probability sampling techniques using purposive sampling. The object of this study is consumers who are interested in using Alfamart in Surabaya with a sample of 120 respondents. The data collection tool used is using questionnaires. The data analysis technique in this study uses the Structural Equation Model which is assisted by using the Lisrel program. The results of this study indicate that subjective norms significantly influence perceived enjoyment, subjective norms significantly influence the intention to use, personal innovativeness has a significant effect on perceived enjoyment, personal innovativeness has a significant effect on intention to use, perceived enjoyment has a significant effect on the intention to use on Alfamart in Surabaya.

Keywords: Subjective Norm, Personal Innovativeness, Perceived Enjoyment, Intention to Use