

## HALAMAN MOTTO

“Teruslah berjuang meski langkah terasa berat, karena setiap perjuangan membawa kita lebih dekat menuju kesuksesan yang kita impikan”



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan keikhlasan, kekuatan dan kesabaran sehingga tugas akhir (skripsi) ini dapat terselesaikan. Tugas akhir (skripsi) ini penulis persembahkan kepada:

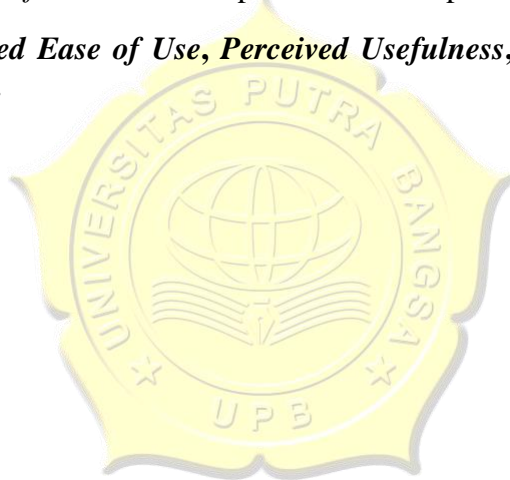
1. Keluarga terutama Bapak dan Ibu serta adiku yang selalu memberikan doa, kasih sayang, serta dukungan yang tiada henti karenanya penulis dapat belajar dan termotivasi untuk menyelesaikan studi di Universitas Putra Bangsa Kebumen.
2. M.Nafis Samhari Umam dan Ika Putri Prima Aprilia yang selalu menemani dan memberikan dukungan serta motivasi kepada saya untuk bisa menyelesaikan skripsi ini.
3. Seluruh teman-teman yang menjadi partner belajar, baik di kelas maupun di luar kelas dan sebagai motivator dalam proses penulisan tugas akhir (skripsi) ini. Teman-teman yang sudah berbagi moment dan cerita.
4. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi dari awal hingga akhir yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Terimakasih atas kebersamaan dan dukungannya selama ini, semua pihak civitas akademik Universitas Putra Bangsa Kebumen dan semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi dari awal hingga akhir.

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh dari *perceived ease of use*, *perceived usefulness* dan *trust* terhadap *intention to use* fitur Shopee Live dalam aplikasi Shopee. Populasi penelitian ini yaitu seluruh orang yang memiliki akun Shopee. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Metode pengumpulan data dengan kuesioner. Sikap responden diukur dengan skala likert 4 tingkatan dan data yang diperoleh diolah dengan analisis SmartPLS (*Smart Partial Least Square*) for windows versi 4.0. Analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel *perceived ease of use* terhadap *intention to use* fitur Shopee live, *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *intention to use* fitur Shopee live, selanjutnya *trust* berpengaruh positif terhadap *intention to use* fitur Shopee live serta *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *perceived usefulness* fitur Shopee live dalam aplikasi Shopee.

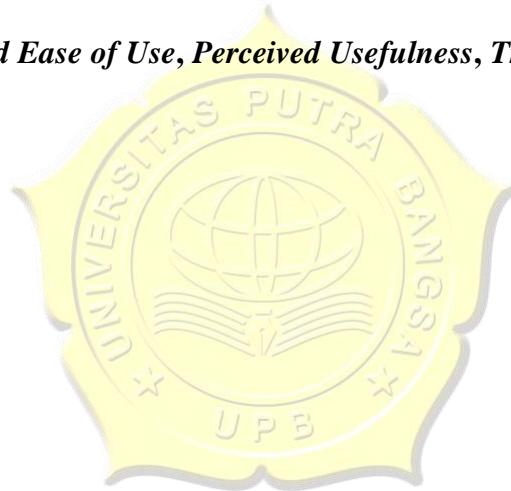
Kata kunci: ***Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Trust dan Intention To Use.***



## ABSTRACT

*This research aims to test and analyze the influence of perceived ease of use, perceived usefulness and trust on intention to use the Shopee Live feature in the Shopee application. The population of this research is all people who have a Shopee account. The sample in this study was 100 people. The sampling technique used was purposive sampling. Data collection method using questionnaires. Respondents' attitudes were measured using a 4-level Likert scale and the data obtained was processed using SmartPLS (Smart Partial Least Square) analysis for Windows version 4.0. Data analysis uses descriptive analysis and quantitative analysis. The research results show that there is a positive influence between the perceived ease of use variable on the intention to use the Shopee live feature, perceived usefulness has a positive influence on the intention to use the Shopee live feature, then trust has a positive influence on the intention to use the Shopee live feature and perceived ease of use has an influence positive towards the perceived usefulness of the Shopee live feature in the Shopee application.*

**Keywords:** *Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Trust and Intention To Use.*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis penjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan kekuatan, Kesehatan dan kesabaran dalam mengerjakan skripsi ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE*, *PERCEIVED USEFULNESS* DAN *TRUST* TERHADAP *INTENTION TO USE* FITUR SHOPEE LIVE DALAM APLIKASI SHOPEE (Studi Pada Pengguna Fitur Shopee Live Di Kebumen)”**.

Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memenuhi studi jenjang Sarjana Manajemen (S1), dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Putra Bangsa Kebumen. Dalam penulisan skripsi ini tidak lepas dari hambatan dan kesulitan, namun berkat bimbingan, bantuan, nasihat, dan saran serta kerjasama dari berbagai pihak khususnya pembimbing, segala hambatan tersebut akhirnya dapat diatasi dengan baik. Pada penulisan skripsi ini tentunya tidak lepas dari kekurangan baik aspek kualitas maupun aspek kuantitas dari materi penelitian yang disajikan. Semua ini didasarkan dari keterbatasan yang dimiliki penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, sehingga penulis membutuhkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk kemajuan pendidikan di masa yang akan datang. Selanjutnya dalam penulisan skripsi ini penulis banyak diberi bantuan oleh berbagai pihak.

Pada kesempatan ini penulis dengan tulus hati mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Arya Samudra Mahardhika S.E.,M.Sc.Ak.,CA selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar memberikan banyak masukan, arahan, dan bimbingan yang sangat bermanfaat bagi penyusunan skripsi ini.
2. Bapak dan Ibu tercinta yang mendidik dan memberikan doa yang tiada henti untuk kesuksesan putrinya, karena tiada doa yang paling khusuk selain doa yang terucap dari orang tua.
3. Seluruh dosen pengajar, staff dan karyawan Universitas Putra Bangsa Kebumen.
4. Para responden yang bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner.
5. Anisah, Rita, dan Kusumaningrum yang telah menjadi teman diskusi sepanjang penulisan skripsi ini.
6. Teman-teman seperjuangan khususnya Manajemen Reguler B serta semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi dari awal hingga akhir yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Kebumen, 29 Februari 2024

Fany Rahma Velati  
NIM. 205504359

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN .....	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME .....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
ABSTRAK .....	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	14
1.3. Batasan Masalah.....	15
1.4. Tujuan Penelitian.....	17
1.5. Manfaat Penelitian.....	18
1.5.1 Manfaat Teoritis .....	18
1.5.2 Manfaat Praktis .....	18
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	19

2.1. Tinjauan Teori .....	19
2.1.1. <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> .....	19
2.1.2. <i>Intention To Use</i> .....	20
2.1.3. <i>Perceived Ease of Use</i> .....	22
2.1.4. <i>Perceived Usefulness</i> .....	26
2.1.5. <i>Trust</i> .....	29
2.2. Penelitian Terdahulu .....	32
2.3. Hubungan Antar Variabel .....	35
2.3.1 <i>Perceived Ease of Use Terhadap Intention To Use</i> .....	35
2.3.2 <i>Perceived Usefulness Terhadap Intention To Use</i> .....	37
2.3.3 <i>Trust Terhadap Intention To Use</i> .....	39
2.3.4 <i>Perceived Ease of Use Terhadap Perceived Usefulness</i> .....	41
2.4. Model Empiris .....	42
2.5. Hipotesis .....	43
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>44</b>
3.1. Objek dan Subjek Penelitian .....	44
3.1.1 Objek Penelitian .....	44
3.1.2 Subjek Penelitian .....	44
3.2. Variabel Penelitian .....	44
3.2.1 Variabel Independen (Variabel Bebas) .....	44
3.2.2 Variabel Dependen (Variabel Terikat) .....	45
3.3. Definisi Operasional Variabel .....	45
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data .....	49
3.5. Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	51
3.5.1 Jenis Data .....	51



3.5.2	Teknik Pengumpulan Data .....	52
3.6.	Populasi dan Sampel .....	54
3.6.1	Populasi Penelitian .....	54
3.6.2	Sampel Penelitian .....	54
3.7.	Teknik Analisis .....	56
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	56
3.7.2	Analisis Statistik.....	57
<b>BAB IV</b>	<b>ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>62</b>
4.1.	Gambaran Umum Perusahaan .....	62
4.1.1	Sejarah Singkat Shopee .....	62
4.1.2	Perkembangan Fitur Shopee Live .....	64
4.2.	Analisis Deskriptif.....	66
4.2.1	Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	67
4.2.2	Identifikasi Responden Berdasarkan Usia.....	68
4.2.3	Identifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	69
4.2.4	Identifikasi Responden Berdasarkan Kecamatan .....	70
4.3.	Analisis Statistik.....	71
4.3.1	Hasil Uji Model Struktural (Outer Model).....	71
4.3.2	Hasil Uji Model Struktural (Inner Model) .....	76
4.4.	Pembahasan .....	81
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN</b> .....	<b>86</b>
5.1.	Simpulan.....	86
5.2.	Keterbatasan .....	87
5.3.	Implikasi.....	88
5.3.1	Implikasi Praktis.....	88

5.3.2 Implikasi Teoritis .....	91
DAFTAR PUSTAKA .....	95
LAMPIRAN.....	100



## DAFTAR TABEL

Tabel I-1 Kunjungan <i>E-commerce</i> di Indonesia Periode Januari-September 2023	3
Tabel I-2 Platform <i>Online</i> Lewat Siaran Langsung yang Banyak Digunakan	5
Tabel I-3 Hasil observasi Aplikasi Belanja <i>Online</i> Lewat Siaran Langsung	7
Tabel I-4 Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Fitur Shopee Live	8
Tabel II-1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel III-1 Indikator Dan Distribusi Variabel <i>Intention To Use</i>	46
Tabel III-2 Indikator Dan Distribusi Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	47
Tabel III-3 Indikator Dan Distribusi Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	48
Tabel III-4 Indikator Dan Distribusi Variabel <i>Trust</i>	49
Tabel IV-1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel IV-2 Responden Berdasarkan Usia	68
Tabel IV-3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	69
Tabel IV-4 Responden Berdasarkan Kecamatan	70
Tabel IV-5 Hasil Uji Konvergent Validity	73
Tabel IV-6 Hasil Cross Loading	74
Tabel IV-7 Hasil Uji Reliabilitas	75
Tabel IV-8 Hasil Uji R-Square	76
Tabel IV-9 Hasil Uji F-Square	77
Tabel IV-10 Hasil Path Coefisien	81

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II-1 Model Empiris.....	42
Gambar IV-1 Hasil Uji <i>Outher Model</i> Penelitian Pada SmartPLS .....	72
Gambar IV-2 Hasil Pengujian <i>Bootstraping</i> SmartPLS.....	80



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Pengantar Kuesioner
- Lampiran 2 Data Responden
- Lampiran 3 Tabulasi Kuesioner
- Lampiran 4 Hasil Uji Model Pengukuran Outher Model
- Lampiran 5 Hasil Uji Model Struktural Inner Model
- Lampiran 6 Tabel F
- Lampiran 7 Kartu Konsultasi Skripsi
- Lampiran 8 Kartu Tanda Seminar Proposal

