

## HALAMAN MOTTO

“Hidup yang tidak pernah dipertaruhkan, tidak akan pernah dimenangkan “



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan keikhlasan, kekuatan, dan kesabaran sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan.

Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua, Bapak Eko Waluyo dan Ibu Sudalmi karenanya saya dapat belajar dan termotivasi untuk menyelesaikan studi saya di Universitas Putra Bangsa Kebumen.
2. Kakak Retno Lukitasari yang telah membantu dalam keberhasilan kuliah saya.
3. Keluarga besar Djumedi dan Mangun Suwito (alm) yang telah ikut serta dalam melukiskan kenangan dalam hidup saya selama kuliah di Universitas Putra Bangsa Kebumen.
4. Dosen-dosen Universitas Putra Bangsa Kebumen yang telah membantu melancarkan penyelesaian Skripsi ini.
5. Teman-teman Reguler B (Manajemen Pemasaran) dari 2019 yang selalu menjadi patner belajar, baik dikelas maupun diluar kelas dan sebagai motivator dalam penulisan Skripsi.
6. Segenap rekan organisasi Mapala Universitas Putra Bangsa dan MAHAPALA Kebumen yang telah mengajarkan pendewasaan dalam berorganisasi, bermanfaat dan terkait pengabdian kepada masyarakat secara luas.
7. Almamater tercinta Universitas Putra Bangsa Kebumen.

## ABSTRAKSI

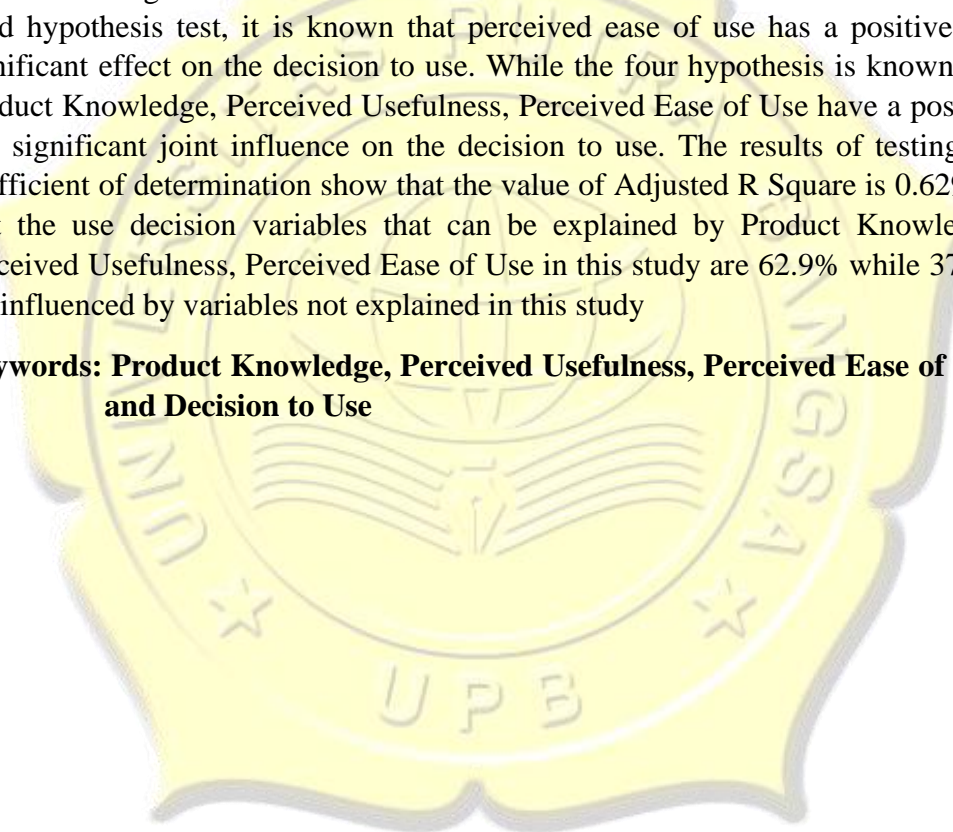
Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Product Knowledge*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use* terhadap keputusan penggunaan aplikasi *My Pertamina* pada masyarakat di Kebumen. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *nonprobability sampling*. Metode yang digunakan *purposive sampling* dengan jumlah 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji multikolinieritas, uji heterokedasitas, dan uji normalitas), uji analisis linier berganda, uji hipotesis (uji parsial, uji simultan, dan koefisien determinasi). Berdasarkan hasil uji hipotesis pertama diketahui bahwa Berdasarkan hasil uji hipotesis pertama diketahui bahwa *product knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Berdasarkan hasil uji hipotesis kedua diketahui bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Berdasarkan hasil uji hipotesis ketiga diketahui bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Sedangkan hipotesis keempat diketahui bahwa *Product Knowledge*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh bersama-sama secara positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Hasil pengujian koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,629, sehingga variabel keputusan penggunaan yang dapat dijelaskan *Product Knowledge*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use* dalam penelitian ini sebesar 62,9% sedangkan sebesar 37,1% dipengaruhi oleh variabel yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini

**Kata Kunci:** *Product Knowledge*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan Keputusan Penggunaan

## ***ABSTRACT***

This research was conducted to determine the effect of Product Knowledge, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use on the decision to use the My Pertamina application in the people of Kebumen. This study used a non-probability sampling technique. The method used was purposive sampling with a total of 100 respondents. Data analysis techniques used are validity test, reliability test, classic assumption test (multicollinearity test, heteroscedasticity test, and normality test), multiple linear analysis test, hypothesis test (partial test, simultaneous test, and coefficient of determination). Based on the results of the first hypothesis test, it is known that based on the results of the first hypothesis test, it is known that product knowledge has a positive and significant effect on the decision to use. Based on the results of the second hypothesis test, it is known that perceived usefulness has a positive and significant effect on the decision to use. Based on the results of the third hypothesis test, it is known that perceived ease of use has a positive and significant effect on the decision to use. While the four hypothesis is known that Product Knowledge, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use have a positive and significant joint influence on the decision to use. The results of testing the coefficient of determination show that the value of Adjusted R Square is 0.629, so that the use decision variables that can be explained by Product Knowledge, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use in this study are 62.9% while 37.1% are influenced by variables not explained in this study

**Keywords: Product Knowledge, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Decision to Use**



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan dan penulisan Skripsi ini dengan lancar, dan tidak lupa shalawat serta salam senantiasa penulis haturkan kepada junjungan kita Nabi Agung Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabatnya serta para pengikutnya sampai akhir zaman.

Sebagai tugas akhir dan syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S.M) di Program Studi S1 Manajemen pada Universitas Putra Bangsa Kebumen dengan judul: “Pengaruh *Product Knowledge*, *Perceived Usefulness*, dan *Perceived Ease of Use* terhadap Kputusan Penggunaan aplikasi *My Pertamina* di Kabupaten Kebumen (Studi pada pengguna aplikasi *My Pertamina* di Kabupaten Kebumen)”. Penulisan Skripsi ini dimaksudkan untuk menerapkan teori yang pernah penulis peroleh dikelas perkuliahan maupun literatur dengan menerapkan fakta yang terjadi sesungguhnya.

Penulis menyadari bahwa penelitian dan penulisan Skripsi ini dapat terlaksana dengan lancar berkat dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan kepada:

1. Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M. selaku Ketua Universitas Putra Bangsa Kebumen.
2. Ika Susilowati, S.Pd., M.Si. sebagai dosen pembimbing Skripsi.
3. Bapak dan Ibu dosen Universitas Putra Bangsa Kebumen yang telah memberikan ilmu kepada peneliti untuk menyelesaikan tugas penulisan Skripsi.

4. Orang tua serta keluarga besar yang telah memberikan dukungan, bantuan, baik doa maupun materil yang telah diberikan selama ini.
5. Rekan-rekan Reguler B (Manajemen Pemasaran) angkatan 2019 sebagai rekan belajar dan keluarga kecil Manajemen.
6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan semua bantuan dan dukungan.
7. Penulis menyadari bahwa tulisan Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan. Penulis berharap Skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan bagi semua pembaca pada umumnya.

Kebumen, 24 Juli 2023

Penulis,



Fahrur Rozi Waluyo  
195503859

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	iv
HALAMAN MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
ABSTRAKSI .....	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	11
1.3. Batasan Masalah .....	12
1.4. Tujuan Penelitian .....	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	17
2.1. Tinjauan Teori.....	17
2.1.1. Keputusan Penggunaan .....	17
2.1.2 Product Knowledge.....	19
2.1.4 Perceived Ease of Use .....	25
2.2. Penelitian Terdahulu .....	27
2.3. Hubungan Antar Variabel .....	29
2.3.1. Pengaruh <i>Product Knowledge</i> terhadap Proses Keputusan Penggunaan .....	29
2.3.2. Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap Proses Keputusan Penggunaan .....	29

2.3.3. Pengaruh Perceived Ease of Use terhadap Proses Keputusan Penggunaan .....	30
2.4 Model Empiris.....	30
2.5 Hipotesis.....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
3.1. Objek dan Subjek Penelitian .....	33
3.1.1. Objek Penelitian .....	33
3.1.2. Subjek Penelitian.....	33
3.2. Objek dan Subjek Penelitian .....	33
3.2.1. Variabel Terikat ( <i>Dependent Variable</i> ).....	34
3.2.2. Variabel Bebas ( <i>Independent Variable</i> ) .....	34
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	34
3.3.1 Variabel Keputusan Penggunaan .....	35
3.3.2 Product Knowledge .....	36
3.3.3 Perceived Usefulness .....	37
3.3.4 Perceived Ease of Use.....	38
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data .....	39
3.5. Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.5.1. Jenis Data .....	40
3.5.2. Teknik Analisis Data.....	42
3.6. Populasi dan Sampel .....	43
3.6.1. Populasi .....	43
3.6.2. Sampel.....	43
3.7. Teknik Analisis .....	45
3.7.1. Analisis Deskriptif.....	45
3.7.2. Analisis Statistik.....	45
3.8. Alat Analisis Data .....	46
3.8.1. Uji validitas dan Reabilitas .....	46
3.8.2. Uji Asumsi Klasik .....	48
3.8.3. Analisis Regresi Linier Berganda .....	51
3.8.4. Uji Hipotesis.....	52



BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1.    Gambaran Umum Perusahaan .....	57
4.1.2. Sejarah dan Perkembangan Perusahaan .....	57
4.2.    Analisis Deskriptif.....	58
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat .....	58
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	59
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	60
4.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	60
4.3.    Analisis Statistik.....	61
4.3.1. Uji Validitas .....	61
4.3.2. Uji Reliabilitas .....	64
4.3.3. Uji Asumsi Klasik.....	65
4.3.4. Analisis Regresi Linier Berganda .....	70
4.3.5. Uji Hipotesis .....	72
4.4.    Pembahasan .....	77
4.4.1. Pengaruh <i>Product Knowledge</i> Terhadap Keputusan Penggunaan ..	78
4.4.2. Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> Terhadap Keputusan Penggunaan	78
4.4.3. Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> Terhadap Keputusan Penggunaan	79
BAB V SIMPULAN .....	81
5.1    Simpulan.....	81
5.2    Keterbatasan .....	83
5.3    Implikasi .....	83
5.3.1 Implikasi Praktis .....	84
5.3.2 Implikasi Teoritis .....	84
DAFTAR PUSTAKA .....	87
LAMPIRAN.....	91

## DAFTAR TABEL

Tabel II- 1 Penelitian Terdahulu .....	28
Tabel III- 1 Indikator dan distribusi kuisisioner variabel Keputusan Penggunaan..	35
Tabel III- 2 Indikator dan distribusi kuisisioner variabel Product Knowledge .....	36
Tabel III- 3 Indikator dan distribusi kuisisioner variabel Perceived Usefulness .....	37
Tabel III- 4 Indikator dan distribusi kuisisioner variabel Perceived Ease of Use ...	38
Tabel IV- 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat (Kecamatan).....	58
Tabel IV- 2 Jenis Kelamin Responden .....	59
Tabel IV- 3 Usia Responden.....	60
Tabel IV- 4 Pekerjaan Responden .....	60
Tabel IV- 5 Pendapatan Responden.....	61
Tabel IV- 6 Hasil Uji Valaiditas Keputusan Penggunaan.....	62
Tabel IV- 7 Hasil Uji Validitas Variabel Product Knowledge .....	63
Tabel IV- 8 Hasil Uji Validitas Variabel Perceived Usefulness .....	63
Tabel IV- 9 Hasil Uji Validitas Variabel perceived ease of use .....	64
Tabel IV- 10 Hasil Uji Reliabilitas .....	65
Tabel IV- 11 Hasil Uji multikoloneritas .....	67
Tabel IV- 12 Hasil Uji Kolmogorov .....	69
Tabel IV- 13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	71
Tabel IV- 14 Hasil Uji Parsial (uji t).....	73
Tabel IV- 15 Hasil Uji Simultan (uji F).....	76
Tabel IV- 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	77

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I- 1 Laporan Survei Lembaga Survei Indonesia (LSI).....	6
Gambar II- 1 Model Empiris.....	31
Gambar IV- 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	68
Gambar IV- 2 Hasil Uji Normalitas .....	70



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Tautan Link Google Form

Lampiran 3 Rekapitulasi Data Responden

Lampiran 4 Tabulasi

Lampiran 5 Hasil Uji Validitas

Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas

Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik

Lampiran 8 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Lampiran 9 Hasil Uji Hipotesis

Lampiran 10 Tabel T

Lampiran 11 Tabel R

Lampiran 12 Tabel F

Lampiran 13 Kartu Bimbingan Skripsi

Lampiran 14 Kartu Seminar Proposal

