

## KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang terus memberikan hikmat dan kesehatan yang luar biasa dalam menyelesaikan tugas akhir persyaratan akademik guna mengejar gelar studi yaitu Strata Satu Sarjana Manajemen di Universitas Pelita Harapan Surabaya ini.

Penulis meyakini bahwa penungkapan, penyajian, maupun penggunaan kata-kata dan bahasa pada penelitian ini dirasa masih sangat jauh dari sempurna. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik dan segala bentuk pengarahannya dari semua pihak untuk perbaikan penelitian tugas akhir ini.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang begitu besar kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung atas terselesaikannya penelitian ini hingga akhir. Ucapan terima kasih ini khususnya ditujukan kepada:

1. Bapak Dr. Ronald S.T., M.M., CSMA., CDM., PMA., selaku Executive Director dan Associate Dean yang telah mencurahkan perhatian yang begitu besar, tenaga, kasih sayang serta memberikan dorongan yang begitu tinggi selama berkuliah di UPH Surabaya.
2. Ibu Dr. Amelia S.E., RFP-I., M.M. CSMA., selaku ketua program studi manajemen yang membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama berkuliah di UPH Surabaya.

3. Bapak Dr. William Santoso S.E., M.Ak., selaku dosen pembimbing pertama yang telah membantu dan memberikan saran-saran serta memberikan semangat dan dorongan yang begitu tinggi kepada saya dari awal hingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Bapak Hananiel M Gunawan, BA., MBA., selaku dosen pembimbing kedua yang sudah membimbing dan juga memberikan saran-saran dalam mengerjakan tugas akhir ini hingga selesai dengan baik.
5. Keluarga saya, Papa, Mama, Natalia, Gloria, Jordan yang selalu ada dan senantiasa membantu, memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan penelitian ini.
6. Saudara-saudara sepupu, Mama Ani, Mama Eni, yang selalu ada dalam membantu menyemangati dan memberikan semangat dalam menyelesaikan penelitian ini.
7. Teman-teman saya, Apet, Vivi, Kevin, kakak Vano, Jessica, kakak Ensia, dan teman-teman PPKM yang selalu ada dan membantu menyemangati dalam proses perkuliahan selama di Surabaya.
8. Khusus kepada Entho, Rein Glory yang selalu ada untuk membantu, menyemangati, dan mendoakan yang terbaik dalam mengerjakan skripsi ini sampai selesai.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam proses perkuliahan dan penyusunan penelitian ini.

Hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga Tuhan Yesus berkenan membalas semua kebaikan Bapak, Ibu, Saudara dan teman-teman semua. Semoga

penelitian ini bisa bermanfaat terutama bagi pribadi penulis serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan topic yang sama. Segala kritik dan saran atas penelitian ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan selanjutnya.

Surabaya, 27 Agustus 2021



Adriella Sartje Tuhuteru



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	
HALAMAN IDENTITAS TIM PENGUJI TUGAS AKHIR .....	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Batasan Masalah .....	11
1.3 Rumusan Masalah.....	12
1.4 Tujuan Penelitian .....	13
1.5 Manfaat Penelitian .....	13
1.6 Sistematika Penulisan .....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Landasan Teori.....	16
2.1.1 <i>Perceived Ease of Use</i> .....	16
2.1.2 <i>Network Externalities</i> .....	17
2.1.3 <i>Trust</i> .....	18

2.1.4 <i>Brand Value</i> .....	20
2.1.5 <i>Satisfaction</i> .....	21
2.1.6 <i>Intention to Use</i> .....	22
2.2 Penelitian Terdahulu .....	22
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	23
2.3.1 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Satisfaction</i> .....	23
2.3.2 Pengaruh <i>Network Externalities</i> terhadap <i>Satisfaction</i> .....	24
2.3.3 Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Satisfaction</i> .....	25
2.3.4 Pengaruh <i>Brand Value</i> terhadap <i>Satisfaction</i> .....	26
2.3.5 Pengaruh <i>Satisfaction</i> terhadap <i>Intention to Use</i> .....	26
2.4 Model Penelitian .....	27
2.5 Bagan Alur Berpikir.....	28
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis Penelitian.....	30
3.2 Populasi dan Sampel .....	30
3.2.1 Populasi.....	31
3.2.2 Sampel.....	31
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	32
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	35
3.5 Metode Analisis Data.....	36
3.5.1 Pengolahan Data .....	36
3.5.2 Pengujian Hipotesis .....	37
3.5.2.1 Uji Validitas .....	37
3.5.2.2 Uji Reabilitas .....	38
3.5.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	39

3.5.2.4 Analisis Linear Regresi Sederhana .....	42
3.5.2.5 Analisis Linear Regresi Berganda .....	43
3.5.2.6 Koefisien Korelasi (R) .....	44
3.5.2.7 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	45
3.5.2.8 Uji F .....	46
3.5.2.9 Uji T .....	46
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Umum.....	48
4.2 Analisis Data.....	49
4.2.1 Statistik Deskriptif .....	49
4.2.1.1 Karakteristik Responden.....	49
4.2.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	49
4.2.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
4.2.1.4 Tanggapan Responden.....	51
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel .....	60
4.2.2.1 Penjelasan Responden terhadap Perceived Ease of Use .....	60
4.2.2.2 Penjelasan Responden terhadap Network Externalities.....	63
4.2.2.3 Penjelasan Responden terhadap Trust .....	64
4.2.2.4 Penjelasan Responden terhadap Brand Value.....	65
4.2.2.5 Penjelasan Responden terhadap Satisfaction .....	67
4.2.2.6 Penjelasan Responden terhadap Intention to Use .....	68
4.2.3 Uji Validitas .....	70
4.2.4 Uji Reability.....	71
4.2.5 Pengujian Asumsi Klasik Regresi.....	72
4.2.5.1 Uji Normalitas.....	72

4.2.5.2 Uji Multikolinearitas .....	74
4.2.5.3 Uji Heterokedastisitas .....	75
4.2.5.4 Uji Linearitas .....	76
4.3 Metode Analisis Statistik .....	76
4.3.1 Analisis Regresi .....	77
4.3.1.1 Analisis Regresi Sederhana.....	77
4.3.1.2 Analisis Regresi Berganda.....	78
4.3.2 Analisis Koefisien Korelasi (R).....	80
4.3.2.1 Analisis Koefisien Korelasi Sederhana.....	80
4.3.3 Analisis Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	81
4.4 Metode Pengujian Hipotesis .....	82
4.4.1 Uji Signifikansi Silmutan (Uji F).....	82
4.4.2 Uji Signifikansi Parsial (Uji T).....	83
4.5 Pembahasan.....	85
<b>BAB V KESIMPULAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	97
5.2 Implikasi .....	100
5.2.1 Implikasi Teoritis .....	100
5.2.2 Implikasi Manajerial .....	101
5.3 Rekomendasi.....	103
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>104</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Desain Inti Kuesioner .....	33
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel .....	35
Tabel 3.3 <i>Rules of Thumb</i> tentang ukuran Koefisien Determinasi .....	46
Tabel 4.1 Responden berdasarkan Usia .....	50
Tabel 4.2 Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4.3 Derajat Penilaian Setiap Variabel .....	52
Tabel 4.4 Tanggapan Responden terhadap <i>Perceived Ease of Use</i> .....	52
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap <i>Network Externalities</i> .....	54
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap <i>Trust</i> .....	55
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap <i>Brand Value</i> .....	57
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap <i>Satisfaction</i> .....	58
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap <i>Intention to Use</i> .....	59
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden terhadap <i>Perceived Ease of Use</i>	61
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden terhadap <i>Network Externalities</i> .	63
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden terhadap <i>Trust</i> .....	64
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden terhadap <i>Brand Value</i> .....	66
Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden terhadap <i>Satisfaction</i> .....	67
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden terhadap <i>Intention to Use</i> .....	69
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Perceived Ease of Use</i> .....	70
Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Network Externalities</i> .....	70
Tabel 4.18 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Trust</i> .....	70
Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Value</i> .....	70
Tabel 4.20 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Satisfaction</i> .....	71
Tabel 4.21 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Intention to Use</i> .....	71



Tabel 4.22 Uji Reabilitas .....	71
Tabel 4.23 Uji Kolmogorov Smirnov (K-S).....	72
Tabel 4.24 Nilai Tolerance dan VIF .....	74
Tabel 4.25 Hasil Uji Linearitas .....	76
Tabel 4.26 Hasil Uji Regresi Sederhana .....	77
Tabel 4.27 Hasil Uji Regresi Berganda .....	78
Tabel 4.28 Hasil Analisis Koefisien Determinasi .....	81
Tabel 4.29 Hasil Analisis Koefisien Determinasi.....	81
Tabel 4.30 Hasil Uji F.....	82
Tabel 4.31 Hasil Uji T .....	83
Tabel 4.32 Indikator yang Mengukur Variabel <i>Perceived Ease of Use</i> .....	89
Tabel 4.33 Indikator yang Mengukur Variabel <i>Network Externalities</i> .....	91
Tabel 4.34 Indikator yang Mengukur Variabel <i>Trust</i> .....	92
Tabel 4.35 Indikator yang Mengukur Variabel <i>Brand Value</i> .....	93
Tabel 4.36 Indikator yang Mengukur Variabel <i>Satisfaction</i> .....	94
Tabel 4.37 Indikator yang Mengukur Variabel <i>Intention to Use</i> .....	95
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis .....	100
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial .....	102

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Indomaret Ambon.....	3
Gambar 1.2 Grand Opening Indomaret di Kota Ambon.....	4
Gambar 1.3 Logo Layanan Indomaret, Indomaret Delivery.....	6
Gambar 1.4 Logo Layanan Indomaret, Klik Indomaret .....	7
Gambar 1.5 Fitur Aplikasi Klik Indomaret.....	9
Gambar 1.6 Ulasan Pengguna Aplikasi Klik Indomaret.....	10
Gambar 2.1 Model Penelitian .....	27
Gambar 2.2 Bagan Alur Berpikir.....	28
Gambar 4.2 Diagram Pie Responden Berdasarkan Usia .....	50
Gambar 4.3 Diagram Pie Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Gambar 4.4 Scatterplot Uji Normalitas <i>Satisfaction</i> .....	73
Gambar 4.5 Scatterplot Uji Normalitas <i>Intention to Use</i> .....	74
Gambar 4.6 Scatterplot Heterokedastisitas <i>Satisfaction</i> .....	75
Gambar 4.7 Scatterplot Heterokedastisitas <i>Intention to Use</i> .....	75
Gambar 4.8 Model Penelitian .....	85

## **DAFTAR LAMPIRAN**

LAMPIRAN A : KUESIONER

LAMPIRAN B : TABULASI DATA KUESIONER

LAMPIRAN C : HASIL DATA UJI STATISTIK DESKRIPTIF

