

***Analisis Penggunaan Shopee Affiliate Program dengan Pendekatan
Technology Acceptance Model (TAM), Perceived Trust dan
Perceived Risk (Studi Kasus Seller Shopee Affiliate)***

YUNUS SAPUTRA

1705619053



Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2024

Analysis of the Use of the Shopee Affiliate Program Using the Technology Acceptance Model (TAM) Approach, Perceived Trust and Perceived Risk

YUNUS SAPUTRA

1705619053



A Thesis submitted in partial fulfillment of requirements for acquiring Bachelor Degree of Management at State University of Jakarta

STUDY PROGRAM MANAGEMENT

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2024

ABSTRAK

Yunus Saputra; “Analisis Penggunaan Shopee Affiliate Program dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)*, *Perceived Trust* dan *Perceived Risk* pada studi kasus *Seller Shopee affiliate* di DKI Jakarta” Skripsi, Jakarta: Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim pembimbing: Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D dan Rahmi, S.E., M.S.M

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh: 1) *Perceived Usefulness* terhadap *Behavior Intention to Use*. 2) *Perceived Ease of Use* terhadap *Attitude towards Using*. 3) *Attitude towards Using* terhadap *Behavior Intention to Use*. 4) *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude towards Using*. 5) *Perceived Ease of Use* terhadap *Behavior Intention to Use*. 6) *Perceived Trust* terhadap *Behavior Intention to Use*. 7) *Perceived Risk* terhadap *Behavior Intention to Use*. 8) *Perceived Trust* terhadap *Attitude towards Using*. 9) *Perceived Risk* terhadap *Attitude towards Using*. Metode pengumpulan data menggunakan survei dengan instrumen berupa kuesioner yang disebarluaskan secara *online*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non-probability sampling*. Responden adalah mereka yang pernah melakukan transaksi sebanyak tiga kali dalam tiga bulan terakhir pada *Shopee affiliate*. Sebanyak 400 responden dilibatkan, data dianalisis dengan menggunakan SEM-PLS 4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Trust*, *Perceived Risk*, dan *Attitude towards Using* memiliki pengaruh positif terhadap *Behavior Intention to Use*. Selanjutnya, *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Trust* memiliki pengaruh positif terhadap *Attitude towards Using*. Sedangkan, *Perceived Risk* tidak memiliki pengaruh terhadap *Attitude towards Using*.

Kata Kunci: *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Trust*, *Perceived Risk*, *Attitude towards Using*, *Behavior Intention to Use*

ABSTRACT

Yunus Saputra; "Analysis of the Use of the Shopee Affiliate Program using the Technology Acceptance Model (TAM), Perceived Trust and Perceived Risk Approach in the case study of Shopee Affiliate Seller in DKI Jakarta" Thesis, Jakarta: Management Study Program, Faculty of Economics, Jakarta State University. Supervising team: Andi Muhammad Sadat, SE., M.Sc., Ph.D and Rahmi, S.E., M.S.M

The aim of this research is to test the influence of: 1) Perceived Usefulness on Behavioral Intention to Use. 2) Perceived Ease of Use towards Attitude towards Using. 3) Attitude towards Using towards Behavior Intention to Use. 4) Perceived Usefulness of Attitude towards Using. 5) Perceived Ease of Use towards Behavior Intention to Use. 6) Perceived Trust in Behavior Intention to Use. 7) Perceived Risk of Behavior Intention to Use. 8) Perceived Trust in Attitude towards Using. 9) Perceived Risk towards Attitude towards Using. The data collection method uses a survey with an instrument in the form of a questionnaire distributed online. The sampling technique used in this research is a non-probability sampling technique. Respondents were those who had made transactions three times in the last three months on Shopee affiliates. A total of 400 respondents were involved, the data was analyzed using SEM-PLS 4. The results of this research show that Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Trust, Perceived Risk, and Attitude towards Using have a positive influence on Behavioral Intention to Use. Furthermore, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and Perceived Trust have a positive influence on Attitude towards Using. Meanwhile, Perceived Risk has no influence on Attitude towards Using.

Keywords: Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Trust, Perceived Risk, Attitude towards Using, Behavior Intention to Use

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat-Nya yang telah mengizinkan peneliti untuk menyelesaikan penelitian tentang "Analisis penggunaan *Shopee Affiliate Program* dengan menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM)." Skripsi ini ditulis untuk memenuhi salah satu kriteria untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen dari Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Banyak pihak yang membantu baik secara moral dan material selama penulisan dan penyusunan skripsi ini, sehingga bisa terselesaikan dengan tepat waktu. Sehubungan dengan hal tersebut, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

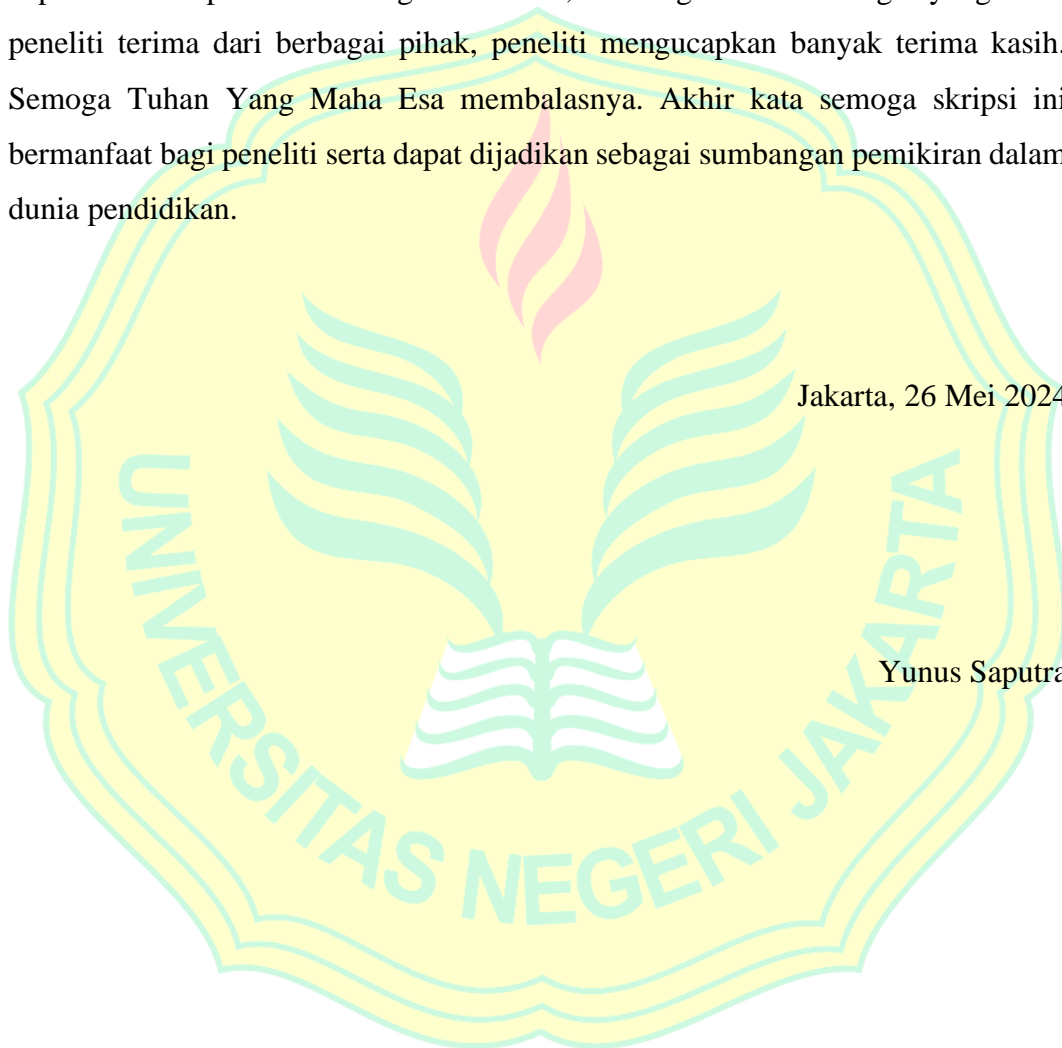
1. Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
2. Prof. Agung Dharmawan Buchdadi, M.M., Ph.D, selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen
3. Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D, selaku dosen pembimbing I yang selalu membimbing, memberi masukan, dukungan serta meluangkan waktunya yang sangat berarti bagi peneliti dalam melakukan penelitian dan penulisan skripsi ini.
4. Rahmi, S.E., M.S.M, selaku dosen pembimbing II yang selalu membimbing, memberi masukan, dukungan serta meluangkan waktunya yang sangat berarti bagi peneliti dalam melakukan penelitian dan penulisan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi, yang telah memberikan banyak sekali ilmu yang akan bermanfaat bagi peneliti dimasa yang akan datang.
6. Kedua orang tua peneliti, bapak M. Simanungkalit dan ibu E. Siregar atas dukungan, doa dan kasih sayang yang tidak pernah putus kepada peneliti.
7. Terimakasih kepada tante Tamara dengan penuh kesabaran dan perhatian membantu peneliti demi terselesaikannya skripsi ini.
8. Sahabat mahasiswa Manajemen 2019 yang telah saling membantu dan membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

9. Semua pihak yang terlalu banyak untuk disebutkan satu per satu, yang sejauh ini telah menawarkan bantuan dan dukungan.

Peneliti menyadari masih banyak kesalahan baik isi maupun tata bahasa. Untuk itu peneliti mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan penelitian ini. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada semua pihak. Atas segala bantuan, bimbingan dan semangat yang telah peneliti terima dari berbagai pihak, peneliti mengucapkan banyak terima kasih. Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalasnya. Akhir kata semoga skripsi ini bermanfaat bagi peneliti serta dapat dijadikan sebagai sumbangan pemikiran dalam dunia pendidikan.

Jakarta, 26 Mei 2024

Yunus Saputra



PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Berikut ini adalah hal-hal yang saya nyatakan dengan ini:

1. Skripsi ini merupakan karya asli yang belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik sarjana di Universitas Negeri Jakarta atau perguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan kecuali secara tegas dinyatakan secara tertulis sebagai acuan dalam karya tulis dengan mencantumkan nama penulis dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Saya membuat pernyataan ini dengan jujur, dan jika dikemudian hari ada kejanggalan atau ketidakbenaran, saya bersedia menerima sanksi akademik, seperti dicabut gelar saya atau menerima sanksi lain sesuai dengan kebijakan Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 26 Mei 2024
Pembuat Pernyataan,

(Yunus Saputra)
1705619053