

**PENGARUH SIKAP SEBAGAI FAKTOR MEDIATOR DARI
PERSEPSI KEGUNAAN DAN PERSEPSI KEMUDAHAN
PENGUNAAN TERHADAP INTENSI PERILAKU PADA
PENGUNA APLIKASI OJEK *ONLINE***

AFIF KHAIRI

8215123458



**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Penyelesaian Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
KONSENTRASI PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2016**

**THE INFLUENCE OF ATTITUDE AS A MEDIATOR
FACTORS OF PERCEIVED USEFULNESS AND PERCEIVED
EASE OF USE TO BEHAVIORAL INTENTION ON TAXIBIKE
ONLINE APPLICATION USERS**

AFIF KHAIRI

8215123458



**Thesis is Written as One Of The Requirements For Getting Bachelor Degree
of Economics**

**STUDY PROGRAM S1 MANAGEMENT
MARKETING CONCENTRATION
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2016**

ABSTRAK

AFIF KHAIRI. Pengaruh Sikap sebagai Faktor Mediator dari Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Intensi Perilaku Pada Pengguna Aplikasi Ojek *Online*. Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta 2016.

Tujuan penelitian ini adalah untuk: (1) menguji secara empiris pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap pengguna ojek *online*, (2) menguji secara empiris pengaruh persepsi kegunaan terhadap sikap pengguna ojek *online*, (3) menguji secara empiris pengaruh kemudahan penggunaan terhadap persepsi kegunaan pengguna ojek *online*, (4) menguji secara empiris pengaruh persepsi kegunaan terhadap intensi perilaku pengguna ojek *online*, (5) menguji secara empiris pengaruh sikap terhadap intensi perilaku pengguna ojek *online*, (6) menguji secara empiris pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap intensi perilaku pengguna ojek *online*. Metode pengumpulan data menggunakan metode survei. Objek penelitian ini adalah 200 responden yang sudah menggunakan jasa ojek online di Jakarta. Pilot studi dilakukan kepada 50 orang responden. Analisis data menggunakan SPSS versi 19 dan SEM (*Structural Equation Modeling*) AMOS versi 22. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan: (1) persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap pengguna ojek *online*, (2) persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap pengguna ojek *online*, (3) kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi kegunaan pengguna ojek *online*, (4) persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi perilaku pengguna ojek *online*, (5) sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi perilaku pengguna ojek *online*, (6) persepsi kemudahan berpengaruh negatif dan tidak signifikan penggunaan terhadap intensi perilaku pengguna ojek *online*. Nilai fit model dengan P sebesar 0.224, nilai CMIN/DF sebesar 1.154, nilai TLI sebesar 0.988 CFI sebesar 0.992 dan nilai RMSEA sebesar 0.028. Hasil penelitian ini bermanfaat bagi penyedia jasa ojek *online*, untuk membuat strategi yang lebih baik dalam meningkatkan intensi perilaku dalam menggunakan aplikasi ojek *online*.

Kata kunci: persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, sikap, intensi perilaku

ABSTRACT

AFIF KHAIRI. The Influence of Attitude as a Mediator Factors of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use to Behavioral Intention on Taxibike Online Application Users. Faculty of Economics. Universitas Negeri Jakarta in 2016.

The purpose of this study was to: (1) to test empirically the influence of perceived ease of use toward attitude an online taxibike users, (2) to test empirically the influence of perceived usefulness toward attitude an online taxibike users, (3) to test empirically the influence of perceived ease of use toward perceived usefulness an online taxibike users, (4) to test empirically the influence of perceived usefulness toward behavioral intention an online taxibike users, (5) to test empirically the influence of attitude toward behavioral intention an online taxibike users, (6) to test empirically the influence of perceived ease of use toward behavioral intention an online taxibike users. Methods of data collection using the survey method. The object of this research was 200 respondents who have use an online taxibike in Jakarta. Pilot studies were conducted to 50 respondent. The data analysis using SPSS version 19 and SEM (Structural Equation Modeling) AMOS version 22. The results of hypothesis testing showed: (1) variable perceived ease of use has a positive effect and significantly toward attitude, (2) variable perceived usefulness has a positive effect and significantly toward attitude, (3) variable perceived ease of use has a positive effect and significantly toward perceived usefulness, (4) variable perceived usefulness has a positive effect and significantly toward behavioral intention, (5) variable attitude has a positive effect and significantly toward behavioral intention, (6) variable perceived ease of use has a negative effect and not significantly toward behavioral intention. Fit model value with P of 0.224, CMIN/DF of 1.154, TLI of 0.988, CFI of 0.992 and RMSEA of 0.028 The results of this study useful for the online taxibike service provider, to make a better strategy in increasing behavioral intention to use taxibike online.

Keyword: perceived usefulness, perceived ease of use, attitude, behavioral intention

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi**



Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus
NIP. 19671207 199203 1 001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dr. Gatot Nazir Ahmad, S.Si, M.Si</u> NIP. 19720506 200604 1 002	Ketua		4/8/2016
2. <u>Shandy Aditya, BIB, MPBS</u> NIP. 8151	Sekretaris		4/8/2016
3. <u>M. Edo S Siregar, SE, MBA</u> NIP. 19720125 200212 1 002	Penguji Ahli		4/8/2016
4. <u>Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si</u> NIP. 19720617 199903 1 001	Pembimbing I		4/8/2016
5. <u>Usep Suhud, M.Si, Ph.D</u> NIP. 19700212 200812 1 001	Pembimbing II		4/8/2016

Tanggal Lulus: 28 Juli 2016

LEMBAR ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah dipakai untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dalam kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 28 Juli 2016
Yang membuat Pernyataan



Afif Khairi
NIM. 8215123458

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT, dan tak lupa kepada Nabi Muhammad SAW sebagai tauladan, sehingga atas izin-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang berjudul **“Pengaruh Sikap Sebagai Faktor Mediator dari Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Intensi Perilaku Pengguna Aplikasi Ojek Online.”**

Dalam penyelesaian skripsi ini, tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. yang berperan dalam penyelesaian skripsi tersebut. Maka penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah banyak membantu dan memberikan dukungan secara moril dalam penyusunan skripsi ini, terutama kepada:

1. Bapak Setyo Ferry Wibowo, S.E, M.Si., selaku Dosen Pembimbing I.
2. Bapak Usep Suhud, M.Si, Ph.D., selaku dosen pembimbing II.
3. Bapak M. Edo S. Siregar, SE, M.BA., dan Bapak Shandy Aditya, BIB, MPBS., selaku dosen penguji skripsi yang telah memberikan saran dan kritik sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.
4. Dr. Dedi Purwana ES., M.Bus, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
5. Bapak Dr. Gatot Nazir Ahmad, S.Si, M.Si., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jakarta.

6. Para dosen dan seluruh karyawan/staf pegawai Universitas Negeri Jakarta yang namanya tidak mungkin disebutkan satu persatu atas bantuan yang diberikan selama peneliti melaksanakan studi.
7. Secara khusus peneliti juga ingin berterima kasih kepada Ayahanda Nasir, S.Pd dan Ibunda Jaenah, selaku orang tua peneliti, serta kakak-kakak tercinta Romnih Kurniasari dan Syarifah Nur Fuad yang telah melimpahkan begitu banyak kasih sayang, doa dan dukungan baik moril maupun materil dari awal proses penelitian sampai terselesaikannya skripsi ini.
8. Para sahabat, orang terdekat, dan teman seperjuangan skripsi yaitu Zulfikar Al-Fariz, Kevin Deandra, Balkis Ramadani Iskandar, Siti Mudrika dan Adnan Sazali yang selalu memberikan motivasi dan semangat kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman jurusan Manajemen Reguler B 2012 dan Manajemen Pemasaran 2012 yang sama-sama berjuang dan memberikan dukungan kepada peneliti.
10. Teman-teman Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang memberikan semangat dan dukungan kepada peneliti.
11. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu, tanpa mengurangi rasa hormat dan rasa terimakasih peneliti atas kebaikan yang telah Anda semua berikan selama ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca sekalian.

Jakarta, 28 Juli 2016

Afif Khairi