

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN YANG  
DIRASAKAN DAN MANFAAT YANG DIRASAKAN  
TERHADAP INTENSI PEMBELIAN SECARA ONLINE DI  
*E-COMMERCE* SHOPEE PADA MAHASISWA UNIVERSITAS  
NEGERI JAKARTA**

**MUKHAMAD ADHITIO NUGRAHA**

**8135150155**



*Mencerdaskan &  
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi Ini Disusun untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mendapatkan  
Gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri  
Jakarta**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2020**

***THE EFFECT OF EASY USE TASTE AND THE BENEFITS  
THAT FEEL ON INTENTION OF PURCHASES ONLINE IN E-  
COMMERCE SHOPEE IN STUDENTS OF STATE UNIVERSITY  
OF JAKARTA***

**MUKHAMAD ADHITIO NUGRAHA**

**8135150155**



*Mencerdaskan &  
Memartabatkan Bangsa*

***This thesis is arranged to fulfill requirements to get Bachelor Degree at Faculty  
of Economy State University of Jakarta***

***STUDY PROGRAM OF BUSINESS EDUCATION***

***FACULTY OF ECONOMICS***

***STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

***2020***

## ABSTRAK

**Mukhamad Adhitio Nugraha, 2020:** Menguji Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intensi Pembelian secara Online di *E-Commerce* Shopee Pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta, Program Studi S1 Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Dr. Corry Yohana, M.M & Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., MM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kemudahan Penggunaan yang dirasakan dan Manfaat yang dirasakan terhadap Intensi Pembelian pada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Penelitian ini dilakukan di Universitas Negeri Jakarta, selama 6 bulan terhitung sejak Februari sampai dengan Juli 2020. Metode penelitian yang peneliti gunakan adalah metode survei dengan pendekatan korelasional, populasi yang digunakan adalah seluruh mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yang pernah mengakses *e-commerce* Shopee. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan teknik Purposive Sampling sebanyak 150 orang. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah  $Y = 7,555 + 0,187 X1 + 0,228 X2$ . Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas dengan uji *Kolmogorov-Smimov* dengan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) = 5% atau 0,05 dan menghasilkan tingkat signifikan Y bernilai sebesar 0,200, X1 bernilai sebesar 0,097, X2 bernilai sebesar 0,200 karena tingkat signifikansi ketiga variabel tersebut  $> 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya. Uji linieritas regresi Y atas X1 dan Y atas X2 menghasilkan nilai signifikansi pada Linearity, yaitu  $0,004 < 0,05$ , sehingga disimpulkan bahwa memiliki pengaruh yang linier. Selanjutnya, dilakukan uji t dan dihasilkan Y atas X1  $t_{hitung} = 2.418$  dan  $t_{tabel} = 1.655$  dan Y atas X2  $t_{hitung} = 2.556$  dan  $t_{tabel} = 1.655$ . Nilai koefisien korelasi antara kemudahan penggunaan yang dirasakan (X1) terhadap intensi pembelian (Y) sebesar 0,229 dan nilai koefisien korelasi antara variabel manfaat yang dirasakan (X2) terhadap intensi pembelian (Y) sebesar 0,238. Jadi, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kemudahan penggunaan yang dirasakan terhadap intensi pembelian, pengaruh positif dan signifikan antara manfaat yang dirasakan terhadap intensi pembelian. Dengan demikian, dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kemudahan penggunaan yang dirasakan dan manfaat yang dirasakan terhadap intensi pembelian. Koefisien determinasi Y atas X1 diperoleh sebesar 0,052 yang menunjukkan bahwa 5,2% variabel intensi pembelian ditentukan oleh kemudahan penggunaan yang dirasakan. Sementara itu, sisanya 94,8% dipengaruhi oleh faktor lain. Dan koefisien determinasi Y atas X2 diperoleh sebesar 0,057 yang menunjukkan bahwa 5,7% variabel intensi pembelian ditentukan oleh manfaat yang dirasakan. Sementara itu, sisanya 94,7% dipengaruhi oleh faktor lain.

**Kata Kunci:** Intensi Pembelian, Kemudahan Penggunaan yang dirasakan, Manfaat yang dirasakan



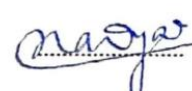



## ABSTRACT

**Mukhamad Adhitio Nugraha, 2020:** *Examining the Factors Affecting Online Purchase Intention at Shopee E-Commerce for Students of Jakarta State University, Undergraduate Business Education Study Program, Faculty of Economics, Jakarta State University. Advisory Team: Dr. Corry Yohana, M.M & Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., MM*

*The purpose of this research is to see the feeling of ease that is felt and the benefits that are felt on the Purchase Intention of Jakarta State University students. This research was conducted at the State University of Jakarta, for 6 months developing from February to July 2020. The research method that researchers used was a survey method with a correlational approach, the population used was all Jakarta State University students who had accessed Shopee e-commerce. The sampling technique used was purposive sampling technique of 150 people. The resulting regression equation is  $Y = 7.555 + 0.187 X1 + 0.228 X2$ . The analysis requirements test is the normality test with the Kolmogorov-Smirnov test with a significance level ( $\alpha$ ) = 5% or 0.05 and produces a significant level of Y is worth 0.200, X1 is 0.097, X2 is 0.200 because the significance level of the three variables is > 0,05 it can be concluded that the data is normally distributed and can be used in further analysis. The regression linearity test of Y on X1 and Y on X2 resulted in a significant value on Linearity, namely  $0.004 < 0.05$ , so it was concluded that it had a linear effect. Furthermore, the t test was carried out and the resulting Y on X1  $t_{count} = 2.418$  and  $t_{table} = 1.655$  and Y on X2  $t_{count} = 2.556$  and  $t_{table} = 1.655$ . The correlation coefficient value between perceived ease of use (X1) and purchase intention (Y) is 0.229 and the correlation coefficient value between the perceived benefit variable (X2) and purchase intention (Y) is 0.238. So, there is a positive and significant influence between perceived ease of use on purchase intentions, a positive and significant influence between perceived benefits on purchase intentions. Thus, it can be concluded that there is a positive and significant influence between the perceived ease of use and the perceived benefits of purchase intentions. The coefficient of Y determination on X1 is 0.052 which indicates that 5.2% of the purchase intention variable is determined by the perceived ease of use. Meanwhile, the remaining 94.8% is influenced by other factors. And the coefficient of determination Y on X2 is 0.057 which indicates that 5.7% of the purchase intention variable is determined by the perceived benefits. Meanwhile, the remaining 94.7% is influenced by other factors.*

**Keywords:** *Purchase Intention, perceived Ease of Use, Perceived Usefulness*

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
<b>Penanggung Jawab</b> <b>Dekan Fakultas Ekonomi</b>  <b>Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd</b> <b>NIP 197207152001121001</b>			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	<b><u>Drs. Nurdin Hidayat, M.M.,</u></b> <b><u>M.Si</u></b> NIP. 196610302000121001 (Ketua)		28 Agustus 2020
2	<b><u>Nadya Fadillah F, S.Pd,</u></b> <b><u>M.Pd</u></b> NIP. 199302202019032022 (Sekretaris)		28 Agustus 2020
3	<b><u>Ryna Parlyna, MBA</u></b> NIP. 1977011120088122003 (Penguji Ahli)		28 Agustus 2020
4	<b><u>Dr. Corry Yohana, M.M</u></b> NIP. 195909181985032011 (Pembimbing 1)		28 Agustus 2020
5	<b><u>Terrylina Arvinta Monoarfa,</u></b> <b><u>SE,MM</u></b> NIDN. 8854660018 (Pembimbing 2)		28 Agustus 2020
Nama : Mukhamad Adhitio Nugraha No. Registrasi : 8135150155 Program Studi : Pendidikan Bisnis Tanggal Lulus : 26 Agustus 2020			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12  
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

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

Jakarta, 24 Agustus 2020

Yang membuat pernyataan,



Mukhammad Adhitio Nugraha

NIM. 8135150155



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://lib.unj.ac.id)

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Mukhamad Adhithio Nugraha  
NIM : 8135150155  
Fakultas/Prodi : Ekonomi / Pendidikan Bisnis  
Alamat email : adhithion97@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi     Tesis     Disertasi     Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Kemudahan Penggunaan yang dirasakan dan Manfaat yang dirasakan terhadap Intensi Pembelian Secara Online di E-Commerce Shopee pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta.

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 2 September 2020

Penulis

(M. ADHITHIO NUGRAHA)  
nama dan tanda tangan

Dipindai dengan CamScanner

## LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*Or do you think that you will enter Paradise while such [trial] has not yet come to you as came to those who passed on before you? They were touched by poverty and hardship and were shaken until [even their] messenger and those who believed with him said, "When is the help of Allah ?"*

***Unquestionably, the help of Allah is near.***

*(Al-Baqarah: 214)*

Allah mengajarkan kita untuk bersyukur, satu kata yang jauh lebih luas maknanya daripada terima kasih. Maka kepada Allah, kata syukur adalah kebalikan dari kufur. Yang pertama dijanjikan nikmat yang kian bertambah, yang kedua diancam dengan siksa yang pedih. Dengan mengucapkan “*Alhamdulillah*”, atas nikmat – nikmat itu kita menapak selangkah menuju rasa syukur.

Maka pada nikmat Allah yang menyambangi kita melalui manusia tak cukup rasanya berucap “*syukran!*”, kecuali dengan menghayati doa, “*Jazaakumullahu khairan kastsiiran*”. Syukur kami kepada ayahanda dan ibunda serta kedua dosen pembimbing saya dan ketua prodi pendidikan bisnis beserta keluarga dan sahabat yang tak mampu saya sebutkan satu per satu. Semoga Allah kuatkan mereka dan menyayanginya dengan CintaNya.



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur senantiasa Peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga Peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kemudahan Penggunaan yang dirasakan dan Manfaat yang dirasakan terhadap Intensi Pembelian secara *Online* di *E-Commerce* Shopee pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta”.

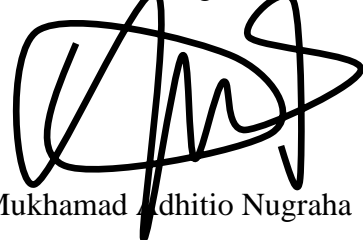
Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, Peneliti menyadari masih terdapat banyak kekurangan. Berkat saran, dukungan dan bantuan moral maupun materil dari banyak pihak, kendala-kendala yang dihadapi dapat terselesaikan dengan baik. Dalam kesempatan ini Peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Corry Yohana, M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang banyak membantu dan memberikan bimbingan, saran, waktu, dan tenaga dalam membimbing penulisan skripsi ini.
2. Terrylina Arvinta Monoarfa, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang banyak membantu dan memberikan bimbingan, saran, dukungan, waktu, tenaga, dan motivasi dalam membimbing penulisan skripsi ini.
3. Ryna Parlyna, MBA selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis.
4. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi, khususnya Dosen-Dosen Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah memberikan ilmu dan pengalamannya.

6. Kedua Orang Tua tercinta, yaitu Bapak Suryadi dan Ibu Nurtita, serta Adik Saya Indah Suryaningsih yang telah memberikan dukungan berupa materil dan moril.
7. Teman-teman Pendidikan Bisnis 2015, kaka dan adik tingkat kampus yang telah membantu juga memberikan motivasi sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa, dalam menyusun skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini dikarenakan keterbatasan dan kemampuan peneliti. Oleh karena itu, saran dan kritik dari berbagai pihak sangat peneliti harapkan.

Jakarta, 24 Agustus 2020



Mukhamad Adhitio Nugraha