



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ANALISIS PENERIMAAN DAN PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK *COSRX* PADA *E-COMMERCE* SOCIOLLA MENGGUNAKAN METODE *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL*



HIDAYATUL OKTAVIRA

NIM: 4517030036

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Skripsi yang Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Terapan Administrasi Bisnis

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

2021



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRAK

HIDAYATUL OKTAVIRA. Analisis Penerimaan dan Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk *COSRX*. Pada E-Commerce Sociolla dengan Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (Studi kasus pengguna aplikasi/E-commerce Sociolla di wilayah DKI Jakarta 2021).

Pada saat ini banyak masyarakat yang menggunakan internet untuk kegiatan mengakses *social media*, belanja online dan melakukan promosi penjualan melalui *e-commerce*, seiring berjalannya waktu muncul beberapa *e-commerce* yang menjual berbagai kebutuhan khusus salah satunya adalah *e-commerce* yang menjual khusus produk kecantikan yang diluncurkan pada tahun 2015 yaitu Sociolla, banyaknya masyarakat yang menyukai produk kecantikan membuat *e-commerce* sociolla semakin banyak menyalurkan produk yang berasal dari luar negeri salah satunya brand *COSRX*. Penelitian dilakukan guna mengetahui pengaruh penerimaan terhadap perilaku konsumen dalam membeli produk *COSRX* pada *e-commerce/aplikasi sociolla*. Pengambilan sampel menggunakan teknik *snowball sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang berdomisili di wilayah DKI Jakarta meliputi Jakarta Pusat, Jakarta Selatan, Jakarta Utara, Jakarta Barat dan Jakarta Timur. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Data penelitian ini dianalisis menggunakan PLS (*Partial Least Square*) dengan perangkat lunak SmartPLS. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap Perilaku konsumen dengan nilai koefisien sebesar 0,419 dengan *p value* 0,000. *Behavioral Intention* berpengaruh terhadap perilaku konsumen dengan dengan nilai koefisien 0,997 dengan nilai *p value* sebesar 0,000 kemudian *Actual Use* berpengaruh terhadap Perilaku konsumen dengan nilai koefisien sebesar 0,400 dengan *p value* sebesar 0,002. Sedangkan *Perceived Ease Of Use* dan *Attitude Toward Using* tidak berpengaruh terhadap Perilaku Konsumen hal ini dibuktikan dengan nilai *p value* yang >1 yakni nilai keduanya sebesar 0,162 dan 0,135.

Kata Kunci: Sociolla, Produk Kecantikan, TAM



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRACT

HIDAYATUL OKTAVIRA. *Analysis and behavior of consumers in the purchase of products in e-commerce cosrx sociolla acceptance by using the method technology model (study cases of application /sociolla e-commerce in jakarta 2021).*

At the time many people use the internet to access social media activities, shopping online and promotion activities a sale by e-commerce, through the passing of time some e-commerce selling various special needs one of these is the e-commerce special who sells beauty products launched in 2015 the name is sociolla, the large number of the community who is fond of beauty products make e-commerce sociolla the more channel products derived from foreign brand cosrx one of them. Research to investigate the influence of consumer behavior in purchasing cosrx sociolla. E-commerce/aplikasi on productsThe sample used technique snowball sampling of samples from 100 respondents lives in DKI Jakarta in central jakarta, south Jakarta, north jakarta, east jakarta and west jakarta. Data collection method used is questionnaires this study analyzed data use of pls (partial least square) with the software smartpls. This research result indicates that perceived usefulness influence the coefficients of consumer behavior is 0,419 with p value 0,000. Behavioral intention influence the behavior of the consumers is 0,997 with p value 0,000. then actual use of its effect on behavior customers with value the coefficient 0,400 with p value 0,002. While perceived ease of use and attitude toward using do not have effect on consumer behavior it is proven with p value score >1 the value of both is 0,162 dan 0,135.

Keyword: Sociolla, Beauty Product, TAM



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Hidayatul Oktavira
NIM : 4517030036
Program Studi : Administrasi Bisnis Terapan
Judul Skripsi : Analisis Penerimaan dan Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk COSRX Pada E-Commerce Sociolla dengan Menggunakan Metode *Technology Acceptance Model*.

Depok, 13 September 2021

Pembimbing II

Ni Made Widhi S, S.E., M.M
NIP 196405071992012001

Pembimbing I

Dr. Dra. Iis Mariam, M. Si
NIP 1965013119890032001

Mengetahui Ketua Jurusan
Administrasi Niaga



Dr. Dra. Iis Mariam, M. Si
NIP 196501311989032001



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN

LEMBAR PENGESAHAN




Nama : Hidayatul Oktavira
NIM : 4517030036
Program Studi : Administrasi Bisnis Terapan
Judul Skripsi : Analisis Penerimaan dan Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk *COSRX* Pada *E-Commerce* Sociolla dengan Menggunakan Metode *Technology Acceptance Model*.

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Administrasi Bisnis pada Program Studi Administrasi Bisnis Terapan Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta, pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 7 September 2021
Waktu : 10.44 WIB

TIM PENGUJI

Ketua Sidang : Dr. Dra. Iis Mariam, M.Si
NIP 196501311989032001
Penguji I : Nining Latianingsih, S.H.,M.H
NIP 196209301992032001
Penguji II : Dr. Nidia Sofa, S.Pd.I., M.Pd
NIP 198310222015042001


.....

.....

.....



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Terapan Administrasi Bisnis, baik di Politeknik 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 di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Negeri Jakarta.

Depok, 7 September 2021

Yang Membuat Pernyataan,



Hidayatul Oktavira
NIM 4517030036



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Penerimaan dan Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk *COSRX* pada *E-Commerce* Sociolla dengan Menggunakan Metode *Technology Acceptance Model*” sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana Terapan pada Program Studi Administrasi Bisnis Terapan Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini banyak pihak yang terlibat dan membantu penulis baik secara moril ataupun material untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. sc. H. Zainal Nur Arifin, Dipl-Ing. HTL, M.T. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Dra. Iis Mariam, M.Si. selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta.
3. Titik Purwinarti, S. Sos., M.Pd. selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta periode 2017-2021.
4. Husnil Barry, S.E., M.S.M. selaku Kepala Program Studi Administrasi Bisnis Terapan.
5. Dr. Dra. Iis Mariam, M.Si. selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing penulis, dan memberi arahan kepada penulis dalam penyelesaian penulisan dan penyusunan skripsi ini.
6. Ni Made Widhi S, S.E., M.M selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing penulis, dan memberi arahan kepada penulis dalam penyelesaian penulisan dan penyusunan skripsi ini
7. Bapak dan Ibu Dosen Politeknik Negeri Jakarta Jurusan Administrasi Niaga yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa perkuliahan.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

8. Orang tua yang telah memberikan dukungan baik moril maupun material selama Penulis melaksanakan dan menyusun laporan penelitian.
9. Keluarga besar Administrasi Bisnis Terapan Angkatan 2017 yang selalu mendukung dan memberikan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Kakak tingkat Administrasi Bisnis Terapan Angkatan 2016 yang bersedia berbagi pengalaman penelitian dan penyusunan skripsi.
11. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat membangun sebagai bahan evaluasi untuk menyempurnakan skripsi ini. Akhir kata, semoga laporan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis maupun pembaca.

Depok, 7 September 2021
Penulis

Hidayatul Oktavira



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	10
1.3 Batasan Masalah.....	10
1.4 Rumusan Masalah	10
1.5 Tujuan Penelitian	11
1.6 Manfaat Penelitian	12
BAB II LANDASAN TEORI	14
2.1 Penerimaan Pengguna Teknologi	14
2.1.1 Pengertian Penerimaan Pengguna Teknologi	14
2.2 Perilaku konsumen	15
2.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	15
2.2.2 Model Perilaku Konsumen	16
2.2.3 Peran konsumen dalam membeli	17
2.3 <i>E-Commerce</i>	18
2.3.1 Pengertian <i>E-Commerce</i>	18
2.3.2 Jenis transaksi dalam <i>E-Commerce</i>	18
2.3.3 Komponen dalam <i>E-Commerce</i>	19
2.3.4 Dampak Positif <i>E-Commerce</i> bagi konsumen	20



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2.4 Model TAM.....	20
2.5 Hasil Penelitian yang Relevan	24
2.6 Deskripsi Konseptual	31
2.7 Perumusan Hipotesis.....	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	32
3.1.1 Waktu Penelitian	32
3.1.2 Tempat Penelitian	33
3.1.3 Karakteristik Responden	34
3.2 Metode Penelitian	35
3.2.1 Populasi dan Sampel Penelitian	36
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data	37
3.2.3 Teknik Pengolahan Data	44
3.2.4 Teknik Analisis Data	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Hasil Rekapitulasi Data	50
4.1.1 Hasil Penyebaran Kuesioner	50
4.1.2 Karakteristik Responden	51
4.2 Hasil Analisis Data	54
4.2.1 Data Responden Berdasarkan Variabel Penelitian	54
4.2.2 Analisis Tanggapan Responden.....	54
4.2.3 Hasil Analisis <i>Outer Model</i>	73
4.2.4 Hasil Analisis <i>Inner Model</i>	81
4.2.5 Pengujian Hipotesis	84
4.3 Pembahasan	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	99
5.1 Kesimpulan	99
5.2 Saran.....	100

DAFTAR PUSTAKA	101
CURRICULLUM VITAE	106
LAMPIRAN.....	107



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Negara dengan Jumlah Pengguna Internet Tertinggi.....	2
Tabel 1.2 Data Pengunjung <i>E-Commerce</i> di indonesia.....	5
Tabel 2.1 Model Perkembangan Penerimaan TAM.....	20
Tabel 2.2 Hasil Penelitian yang relevan.....	24
Tabel 2.3 Perbedaan dan Persamaan Hasil Penelitian terdahulu.....	28
Tabel 3.1 Waktu Penelitian.....	31
Tabel 3.2 Nilai Pilihan Jawaban Kuesioner.....	39
Tabel 3.3 Definisi Operasional.....	41
Tabel 3.4 Kisi-kisi Instrumen.....	43
Tabel 4.1 Tahap Penyebaran Kuesioner.....	51
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Umur.....	52
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	53
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan.....	54
Tabel 4.6 Kriteria Penafsiran Deskripsi Persentase.....	55
Tabel 4.7 Jawaban Responden Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	56
Tabel 4.8 Jawaban Responden Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	60
Tabel 4.9 Jawaban Responden Variabel <i>Attitude Toward Using</i>	65
Tabel 4.10 Jawaban Responden Variabel Behavioral <i>Intention</i>	68
Tabel 4.11 Jawaban Responden Variabel <i>Actual use</i>	72
Tabel 4.12 Jawaban Responden Perilaku Konsumen.....	74
Tabel 4.13 Nilai <i>Outer Loading</i>	75
Tabel 4.14 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	77
Tabel 4.15 Nilai <i>Cross Loading</i>	78



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Tabel 4.16 <i>Forner Larcker</i>	80
Tabel 4.17 Nilai <i>composite reliability</i>	81
Tabel 4.18 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	81
Tabel 4.19 Nilai R-Square (R^2)	82
Tabel 4.20 Effect Size f^2	83
Tabel 4.21 <i>Path Coefficient, T-Statistics, p-values</i>	83
Tabel 4.22 Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian.....	89





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Aktivitas Penggunaan <i>E-Comerce</i> Di Indonesia.....	3
Gambar 1.2 Pengeluaran Konsumen pada <i>E-Commerce</i> di Indonesia.....	4
Gambar 2.1 Model TAM (<i>Technology Acceptance Model</i>).....	22
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	31
Gambar 3.1 Pengguna Internet Berdasarkan Wilayah di Indonesia.....	34
Gambar 3.2 Data Minat Belanja Online Penduduk di Wilayah DKI Jakarta	35
Gambar 4.1 <i>Path Diagram</i>	84





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar kuesioner.....	99
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	108
Lampiran 3 Uji Validitas dan reliabilitas.....	134
Lampiran 4 Tabel T.....	135





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pesatnya perkembangan teknologi digital telah merambah di berbagai kawasan di dunia, majunya teknologi informasi seakan-akan tidak ada batas antar negara, dan antar negara terjadi saling ketergantungan serta keterpengaruhan. Maka persaingan yang ketat dalam memperoleh pangsa pasar (*market share*) telah melampaui batas negara yang menjadikan upaya pengelolaan secara maksimal dan pemanfaatan teknologi menjadi hal yang diwajibkan. Setiap perusahaan memiliki tujuan untuk mewujudkan pertumbuhan dan kelangsungan hidupnya untuk jangka panjang, hal ini ditandai dengan persaingan yang semakin tajam dan kompleks serta tingkat akselerasi yang tinggi, perusahaan dituntut untuk memiliki kemampuan mengembangkan pilihan strategi sehingga mampu beradaptasi dengan lingkungan dinamis. Melihat kenyataan itu pasar harus dapat dikelola dengan upaya yang sistematis untuk mendapatkan keuntungan dari kinerja pasar yang selalu berkembang (Narver & Slater.2012:21) dalam perilaku konsumen di era digital.

Teknologi pada ekonomi digital akhirnya secara nyata mengubah perilaku konsumen, kebutuhan konsumen yang semakin kompleks membuat konsumen semakin aktif dan cerdas dalam memilih produk dan layanan digital sesuai dengan keinginannya, dalam melakukan kegiatan sehari-hari, masyarakat telah menggunakan teknologi informasi, salah satu teknologi informasi yang berkembang pesat adalah internet. Pengguna Internet di Indonesia tiap tahun mengalami peningkatan yang signifikan, peningkatan pengguna internet di

Indonesia mengakibatkan pengguna internet mengetahui bahwa internet juga memiliki fungsi sebagai tempat jual beli barang dan jasa.

Generasi konsumen telah didefinisikan sebagai perubahan budaya dalam pengembangan manusia keberadaan dan terus berubah seiring berlalunya tahun. Generasi konsumen mengacu pada orang-orang yang memiliki kelompok usia yang berbeda seperti (tua, muda, laki-laki, perempuan), terutama meliputi generasi X, Y, Z dan *Baby Boomers* (Shahzad *et al.*, 2015). Konsumen Indonesia saat ini memang didominasi oleh konsumen usia muda dan sudah sangat terbuka dengan teknologi yang disebut internet, generasi muda yang dimaksud adalah yakni masyarakat yang masuk dalam generasi X dan Y.

Penggunaan internet yang terus meningkat dari tahun ke tahun karena bisa memberikan kemudahan bagi manusia dalam berbagai aktivitas, seperti komunikasi menjadi lebih cepat, menambah wawasan dan pengetahuan, kemudahan dalam berbelanja, kemudahan dalam pemasaran bisnis, sebagai sarana hiburan, dan kemudahan dalam mencari informasi. Berikut adalah negara dengan pengguna internet tertinggi

Tabel 1.1

Negara dengan Jumlah Pengguna Internet Tertinggi Pada Desember 2020

No	Country	Internet Users 31 December 2020	Internet Users 31 December 2000	Internet Growth
1	China	989,080,566	22,500,000	36,5 %
2	India	749,342,381	5,000,000	27,7 %
3	Indonesia	196,400,000	2,000,000	7,3 %
4	Nigeria	154,301,195	200,000	101,48 %
5	Australia	21,711,706	6,600,000	74,1 %

Sumber: *Internet World Stats* (data diolah, 2021)

Data statistik yang terdapat pada Tabel 1.1 Indonesia menempati urutan ke-3 dengan jumlah pengguna internet tertinggi pada akhir desember 2020 yaitu dengan

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

jumlah 196.400.000 pengguna dengan pertumbuhan sebesar 7,3 % artinya indonesia adalah negara dengan jumlah penduduk terbanyak menggunakan internet untuk kegiatan mengakses *social media*, belanja online dan melakukan promosi penjualan melalui *e-commerce*, dengan adanya pengguna internet yang ditunjukkan oleh tabel diatas maka dari masyarakat indonesia tak lepas dari aktivitas jual beli online baik itu di *e-commerce*, *marketplace*, dan lain sebagainya. Seiring berjalannya waktu dan didukung oleh teknologi yang semakin canggih, belanja *online* tumbuh dan berkembang pesat terbukti dengan munculnya *e-commerce* sebagai wadah penjual dan pembeli untuk berinteraksi dalam transaksi jual beli.

E-Commerce adalah aktivitas penyebaran, penjualan, pembelian, pemasaran produk (barang dan jasa), dengan memanfaatkan telekomunikasi seperti internet dan jaringan komputer. Arti *E-commerce (Electronic Commerce)* dapat juga didefinisikan sebagai aktifitas penggunaan teknologi informasi dan komunikasi pengolahan digital dalam melakukan transaksi bisnis untuk menciptakan, mengubah dan mendefinisikan kembali hubungan antara penjual dan pembeli (Firmansyah, 2020:44).

E-commerce adalah tempat masyarakat untuk melakukan aktivitas jual beli online dengan memanfaatkan telekomunikasi atau internet antara penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi jual beli produk, pada masa ini baik proses pembelian maupun penjualan produk secara elektronik melalui *e-commerce* sendiri kian berkembang beberapa tahun belakangan dan secara bertahap menggantikan toko tradisional (*Offline*). Berikut adalah aktivitas penggunaan *e-commerce*:



Gambar 1.1 Aktivitas Penggunaan *E-Commerce* Di Indonesia dalam 60 hari terakhir

Sumber : *Digital Report We Are Social Update* Per Januari 2021

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Gambar 1.1 menunjukkan aktivitas penggunaan *e-commerce* untuk mengunjungi online retail store (*Visited an Online or Retail Store*) yaitu sebesar 90.4% dimana hal tersebut sedikit berbanding lurus dengan aktivitas pencarian produk atau jasa untuk dibeli (*Search Online for a Product or Service to Buy*) sebesar 81.5%. Keputusan pembelian secara online via Smartphone atau Tablet mendapat persentase (*Used a Shopping App On a Mobile Phone or Tablet*) sebesar 69.4% dimana hal ini sedikit berbanding dengan keputusan pembelian via *mobile phone* (*Purchased a Product Online Via Mobile Phone*) sebesar 55.4%. Pembelian terhadap produk maupun jasa secara online mendapat persentase sebesar 76.8%. Hadirnya *e-commerce* sendiri untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari sehingga waktu yang dibutuhkan dalam belanja lebih efisien. Tersedianya berbagai pilihan *e-commerce* juga menjadi salah satu alasan mengapa masyarakat menyukai melakukan belanja online. Berikut adalah survei pengeluaran konsumen pada *e-commerce* di Indonesia berdasarkan kategori.



Gambar 1.2 Pengeluaran Konsumen pada *E-Commerce* di Indonesia

Sumber : *Digital Report We Are Social Update Per Januari 2021*

Kategori *fashion and beauty* yang tidak ada habisnya, selalu ada inovasi-inovasi yang unik dan baru dari pelaku bisnis pada kategori ini. Target market yang luas membuat bisnis ini kian bersinar, berdasarkan Gambar 1.2 dapat dilihat bahwa kategori *fashion and beauty* menduduki posisi kedua dengan jumlah pengeluaran

tertinggi yaitu \$9.81 Milyar pertahunnya. Angka ini merepresentasikan bahwa kebutuhan konsumen akan *fashion, beauty* dan perawatan kulit cukup penting.

Aplikasi yang menjual produk kecantikan adalah aplikasi Sociolla, yang merupakan sebuah perusahaan *E-Commerce* khusus produk kecantikan yang telah berdiri sejak bulan Maret tahun 2015, dengan memiliki tujuan memberikan kenyamanan pada tiap konsumen di Indonesia untuk belanja online produk kecantikan, berikut adalah tabel jumlah pengunjung *e-commerce* Sociolla.

Tabel 1.2
Data Pengunjung *E-Commerce* di Indonesia

No	Toko Online	Pengunjung Web bulanan	Ranking App Store	Rangking Playstore	Twitter	Pengunduh Aplikasi Sociolla dan Sephora (Perminggu)
1	Sociolla	3.086.500	#5	#2	4.010	1.200
2	Sephora	212.700	#6	#10	3.540	860

Sumber: Website *iprice.co.id* (data diolah, 2021)

Data *iprice.co.id* Sociolla berada diposisi pertama sebagai *e-commerce* dengan unduhan aplikasi terbanyak baik *playstore* maupun *appstore* dan *website* khusus produk kecantikan paling banyak dikunjungi, jadi bisa dilihat bahwa konsumen yang ada di Indonesia berminat untuk membeli produk kecantikan di *e-commerce* sociolla. Salah satu produk kecantikan yang digemari oleh kawula muda zaman sekarang adalah produk dari *brand COSRX* yakni produk kecantikan asal Korea Selatan yang menghadirkan rangkaian produk *skin care* sebagai solusi dari berbagai permasalahan kulit; mulai dari dehidrasi, berjerawat, kusam, hingga sensitif, semuanya bisa diatasi dengan melakukan *layering* menggunakan produk dari *COSRX*. *COSRX* juga fokus dalam penggunaan kandungan esensial pada produknya, sehingga dapat bekerja lebih efektif dengan hasil yang lebih optimal.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Sociolla menjamin kualitas penyimpanan produknya sesuai dengan standar internasional dan panduan penyimpanan dari pemilik *brand*, selain itu Sociolla juga memastikan bahwa setiap produk *cosrx* yang disalurkan kepada *e-commerce* Sociolla itu sendiri merupakan produk *original* bersertifikasi dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) sehingga konsumen dijamin terhindar dari produk palsu maupun tiruan, dengan menghadirkan produk kecantikan yang bisa diakses situs sociolla menawarkan produk kecantikan dengan kualitas premium kepada konsumen di seluruh Indonesia, untuk memulai aktivitas jual beli online di sociolla (*soco*) langkah pertama yang harus dilakukan oleh pengguna ialah mengunduh aplikasi di *Appsstore* maupun *Playstore*, kemudian mengisi data untuk melengkapi profil *customer*, selanjutnya *customer* dapat melakukan transaksi pembelian pada aplikasi sociolla, setelah memilih produk kecantikan yang akan dibeli, *customer* kemudian *checkout* dilanjutkan mengisi alamat pengiriman barang dan melakukan pembayaran via *Transfer* manual yang bisa digunakan untuk pembayaran diseluruh bank atau *Virtual Account* (Briva, Mandiri Virtual, BCA) dengan nomor pembayaran *transfer* yang sudah diberikan oleh sociolla.

Perilaku konsumen yang berbelanja online baik melalui aplikasi maupun *website* sebelum menentukan keputusan untuk membeli produk, para calon konsumen akan dihadapkan dengan berbagai pilihan dan menentukan terlebih dahulu produk yang akan dibeli, dimana konsumen akan melihat review produk *cosrx* dari konsumen yang sudah membeli produk sebelumnya pada penilaian pembelian produk, jika hasil review bagus seperti konsumen sebelumnya memberikan bintang lima maka konsumen lain akan tertarik untuk membeli produk kecantikan tersebut. Perbedaannya dengan belanja *offline* adalah lebih banyak konsumen yang membeli produk *cosrx* di store yang ada di mall terdekat karena konsumen dapat melihat produk langsung, oleh karena itu perilaku konsumen dalam membeli produk secara *online* tersebut akan terlihat pada saat *e-commerce* memberikan *discount* melalui *e-commerce* sociolla itu sendiri.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat konsumen untuk menggunakan aplikasi sociolla khusus menjual produk kecantikan, di antaranya fasilitas pendukung yaitu sarana dan prasarana untuk penggunaan dari aplikasi Sociolla seperti jaringan internet dan *smartphone*. Kemudian persepsi dan kepercayaan masyarakat akan penggunaan aplikasi produk kecantikan Sociolla yang dipengaruhi oleh *trend review beauty vlogger* melalui kanal *YouTube* serta kemudahan dalam transaksi menggunakan aplikasi sociolla juga mempengaruhi minat masyarakat.

Faktor pengukur yang dapat mempengaruhi minat penerimaan masyarakat terhadap penggunaan suatu sistem teknologi, serta banyak bentuk metode dan model yang digunakan untuk menghitung tingkat penerimaan dan penggunaan suatu teknologi salah satu metodenya adalah *Technology Acceptance Model* atau TAM. Model penerimaan TAM merupakan suatu model penerimaan sistem teknologi informasi yang akan digunakan oleh pemakai, model penerimaan ini dikembangkan oleh Davis, *et al*, (1989), berdasarkan model TRA (Theory of Reasoned Action), dalam model TAM, terdapat 5 konstruk yang ada yaitu persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*), sikap pengguna (*attitude toward using*), minat perilaku (*behavioral intention*) dan penggunaan (*actual use*).

Perceived Ease of Use (kemudahan) merupakan kemudahan penggunaan adalah suatu tingkatan dimana seseorang mempercayai bahwa penggunaan sistem tertentu dapat mengurangi usaha seseorang dalam mengerjakan sesuatu Davis, *et al*, (1989). Penelitian yang dilakukan oleh Andyka dkk (2011) menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi kemanfaatan.

Perceived Usefulness (kemanfaatan) merupakan suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa pengguna suatu sistem tertentu akan meningkatkan prestasi

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

kerja orang tersebut. Berdasarkan definisi tersebut diartikan bahwa kemanfaatan dari penggunaan teknologi informasi dapat meningkatkan kinerja, prestasi kerja orang yang menggunakannya. Thompson (1991) juga menyebutkan bahwa seorang individu akan menggunakan teknologi informasi jika orang tersebut mengetahui manfaat atau kegunaan berpengaruh positif atas penggunaannya. Penelitian yang dilakukan oleh Aditya dkk (2015) mengatakan bahwa persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan (*Attitude Toward Using*) sehingga terdapat pengaruh signifikan positif persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) terhadap sikap penggunaan (*Attitude Toward Using*).

Attitude Toward Using (sikap penggunaan) Sikap terhadap penggunaan teknologi didefinisikan sebagai evaluasi dari pemakai tentang ketertarikannya dalam menggunakan teknologi (Davis, *et al*, 1989). Penelitian yang dilakukan oleh Aditya dkk (2015) mengatakan bahwa sikap penggunaan (*Attitude Toward Using*) memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku untuk menggunakan (*behavioral intention to use*) sehingga terdapat pengaruh signifikan positif sikap penggunaan (*Attitude Toward Using*) terhadap perilaku untuk menggunakan (*behavioral intention to use*).

Behavioral intention (minat perilaku) adalah suatu keinginan (minat) seseorang untuk melakukan suatu perilaku yang tertentu (Davis, *et al*, 1989). Penelitian yang dilakukan oleh Aditya dkk (2015) mengatakan bahwa variabel perilaku untuk menggunakan *behavioral intention* memiliki nilai t hitung 14.829 pada *sig.t* sebesar 0,000 yang menghasilkan keputusan variabel perilaku untuk menggunakan (*behavioral intention use*) memiliki pengaruh signifikan terhadap kondisi nyata penggunaan sistem (*actual system usage*) sehingga terdapat pengaruh signifikan positif minat perilaku untuk menggunakan (*behavioral intention use*) terhadap kondisi nyata penggunaan sistem (*actual system usage*).

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Actual Use (Penggunaan) Tindakan yang dilakukan oleh seseorang. Dalam konteks penggunaan teknologi informasi, perilaku (*behavior*) adalah penggunaan sesungguhnya (*actual use*) dari teknologi.

Pemaparan latar belakang di atas, penulis ingin mengetahui perilaku konsumen saat berbelanja di *e-commerce* Sociolla pada tahun 2021. Oleh karena itu untuk mengetahui penerimaan dan perilaku konsumen dalam membeli produk kecantikan maka dilakukan penelitian dengan judul “**Analisis Penerimaan dan Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk COSRX Pada E-commerce Sociolla Menggunakan Metode *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL***” dalam penelitian ini akan dibahas tingkat ketertarikan konsumen melalui lima konstruk yakni persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*), sikap pengguna (*attitude toward using*), minat perilaku (*behavioral intention*), penggunaan (*actual use*) pada *e-commerce* produk kecantikan sociolla. Pemilihan variabel penelitian didasarkan pada dengan fenomena yang diamati pada masyarakat yakni munculnya aplikasi/*e-commerce* *Shopping Beauty* yang membuat masyarakat untuk membeli produk kecantikan dengan perilaku konsumen yang beraneka ragam.

Pemilihan variabel tersebut juga berdasarkan dari model TAM yang mengidentifikasi lima konstruk diatas, diharapkan dengan menerapkan model TAM dapat menjelaskan penerimaan dan perilaku konsumen dalam penggunaan aplikasi sociolla. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari wartaekonomi.com Sociolla menyatakan bahwa Sociolla mencatat peningkatan penjualan hingga 50% daripada sebelum *pandemic*, angka tersebut berasal dari data internal perusahaan.

Hingga saat ini peningkatan transaksi di ekosistem kami sebesar 50% dibandingkan sebelum pandemi, faktor pendorong peningkatan transaksi itu adalah perubahan perilaku konsumen yang kini memilih membeli produk kecantikan secara online mendorong naiknya transaksi di *e-commerce* Sociolla. Hal ini pula yang

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

mendorong Sociolla untuk terus melahirkan inovasi-inovasi baru demi memberikan pengalaman berbelanja yang seamless dan modern bagi pecinta kecantikan tanah air. Salah satu inovasi itu berbentuk aplikasi, SOCO, yang mengalami pembaruan baru-baru ini. Berdasarkan data perusahaan, pengguna SOCO naik hampir 4 kali lipat selama 2 tahun terakhir dengan jumlah pengguna sebanyak 1 juta yang tersebar diseluruh Indonesia.

Peneliti memilih wilayah DKI Jakarta yang meliputi Jakarta Pusat, Jakarta Utara, Jakarta Selatan, Jakarta Barat dan Jakarta Timur sebagai tempat penelitian dengan mempertimbangkan beberapa aspek yang akan dijelaskan pada bab selanjutnya.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahannya sebagai berikut:

1. Perilaku konsumen dalam membeli produk *COSRX* serta pemberian *discount* melalui *e-commerce* Sociolla.
2. Masih rendahnya minat perilaku konsumen dalam menggunakan *e-commerce* khusus *Shopping Beauty*.
3. Adanya perbedaan dalam menyikapi tingkat penerimaan teknologi.

1.3 Batasan Masalah

Identifikasi masalah, batasan masalah yang akan diteliti adalah mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan terhadap perilaku konsumen dalam pembelian produk *COSRX* pada *e-commerce* Sociolla. Pengguna pada penelitian ini merupakan masyarakat dan anak muda yang menggunakan *e-commerce* dan aplikasi sociolla. Permasalahan tersebut selanjutnya akan dianalisis dengan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM).

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1. Apakah persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam pembelian produk *COSRX* pada *e-commerce sociolla*?
2. Apakah persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam pembelian produk *COSRX* pada *e-commerce sociolla*?
3. Bagaimana pengaruh sikap pengguna (*attitude toward using*) terhadap perilaku konsumen dalam pembelian produk *COSRX* pada *e-commerce sociolla*?
4. Bagaimana pengaruh minat perilaku (*behavioral intention*) terhadap perilaku konsumen dalam pembelian produk *COSRX* pada *e-commerce sociolla*?
5. Bagaimana pengaruh penggunaan (*actual use*) *e-commerce sociolla* terhadap perilaku konsumen dalam pembelian produk *COSRX* pada *e-commerce sociolla*?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Pengaruh persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) terhadap perilaku konsumen dalam pembelian produk *COSRX* pada *e-commerce sociolla*.
2. Pengaruh persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) terhadap perilaku konsumen dalam pembelian produk *COSRX* pada *e-commerce Sociolla*
3. Pengaruh sikap pengguna (*attitude toward using*) terhadap perilaku konsumen dalam pembelian produk *COSRX* pada *e-commerce Sociolla*
4. Pengaruh minat perilaku (*behavioral intention*) terhadap perilaku konsumen dalam pembelian produk *COSRX* pada *e-commerce Sociolla*
5. Pengaruh penggunaan (*actual use*) terhadap perilaku konsumen dalam pembelian produk *COSRX* pada *e-commerce Sociolla*



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.6 Manfaat Penelitian

Merujuk pada tujuan penelitian di atas, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik dari segi teoritis maupun secara praktis, yaitu:

1. Manfaat secara Teoritis

- a. Memberikan kontribusi dalam ilmu pengetahuan khususnya dalam ilmu marketing serta perilaku konsumen yang berkaitan dengan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi penerimaan konsumen terhadap inovasi *e-commerce* pada *shopping beauty* untuk kemudahan membeli produk kecantikan di Indonesia.
- b. Sebagai sumber atau referensi penelitian yang berkaitan dengan teori-teori dasar mengenai penerimaan (*Technology Acceptance Model*) TAM terhadap perilaku konsumen dalam pembelian produk kecantikan.

2. Manfaat secara Praktis

a) Bagi Politeknik Negeri Jakarta

Sebagai salah satu bahan untuk menambah referensi bagi Politeknik Negeri Jakarta pada umumnya dan bagi mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis khususnya dalam bidang *marketing*.

b) Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu masukan atau gambaran bagi perusahaan tentang faktor-faktor yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam pembelian produk kecantikan di *e-commerce Shopping Beauty* (Sociolla) dan dapat diterima oleh pengguna, serta sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan kualitas dalam *marketing*.

c) Bagi Peneliti

Sebagai sarana menambah wawasan, pengetahuan, dan pengalaman peneliti dalam bidang *marketing*.

d) Bagi Masyarakat

Sebagai sarana informasi yang bermanfaat agar masyarakat mengetahui faktor penerimaan dan perilaku konsumen dalam pembelian produk kecantikan dalam bidang *marketing*.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan mengenai penggunaan aplikasi Sociola, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut

- a. *Perceived Ease of Use* tidak berpengaruh positif terhadap perilaku Konsumen dalam pembelian produk cosrx.
- b. *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap Perilaku konsumen dalam pembelian produk cosrx. Dimana pengguna merasakan manfaat dari penggunaan aplikasi sociolla.
- c. *Attitude Toward Using* tidak berpengaruh positif terhadap perilaku konsumen dalam pembelian produk cosrx
- d. *Behavioral intention* berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumen dalam pembelian produk cosrx. Pengguna memiliki minat yang tinggi terhadap promosi yang diberikan oleh aplikasi Sociolla.
- e. *Actual use* berpengaruh positif terhadap perilaku konsumen dalam pembelian produk cosrx, pengguna memiliki antusias dalam menggunakan apikasi sociolla.

1.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah disampaikan di atas maka penulis dapat memberi saran sebagai berikut.

- a. Aplikasi Sociolla dapat meningkatkan kemudahan seperti cara mengakses aplikasi bagi para pengguna/customer
- b. Aplikasi Sociolla dapat menambahkan artikel tentang merawat kulit yang benar agar konsumen merasakan manfaat dalam mengunduh aplikasi sociolla serta memilih produk cosrx dengan varian yang cocok untuk kulit
- c. Aplikasi Sociolla perlu meningkatkan performa agar konsumen dalam membeli produk nyaman dalam menggunakan aplikasi sociolla
- d. Aplikasi Sociolla perlu memberikan promosi yang menarik agar konsumen tertarik dalam membeli produk tertentu

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Cahyono, Tri. 2018. Statistik Terapan dan Indikator kesehatan. Yogyakarta: CV Budi Utama
(https://www.google.co.id/books/edition/Statistika_Terapan_Indikator_Kesehatan/4gCDDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Cahyono,+Tri.+2018.+Statistik+Terapan+dan+Indikator+kesehatan.+Yogyakarta:+CV+Budi+Utama&pg=PR4&printsec=frontcover diakses pada tanggal 25 Mei 2021)
- Febriani, Nufian S. 2019. Perilaku Konsumen Di Era Digital. ISBN: 978-602-432-798-9. Malang: UB Press
(<https://books.google.co.id/books?id=YXXRDwAAQBAJ&pg=PR4&lpg=PR4&dq=Febriani,+Nufian+S.+2019.+Perilaku+Konsumen+Di+Era+Digital.+ISBN:+978-602-432-798-9.+Malang:+UB+Press&source=bl&ots=09qzwxDM29&sig=ACfU3U3UzAZeGRAYHgSmPcgpifNreXDbBA&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwix4YGy5L7xAhUFdCsKHQFPAKQQ6AEwA3oECBcQAw#v=onepage&q=Febriani%20%20Nufian%20S.%202019.%20Perilaku%20Konsumen%20Di%20Era%20Digital.%20ISBN%3A%20978-602-432-798-9.%20Malang%3A%20UB%20Press&f=false> diakses pada tanggal 10 Mei 2021)
- Firmansyah, M Anang. 2020. Pengantar *E-Marketing*. ISBN: 978-623-7925-61-3. Pasuruan: Qiara Media
(https://www.google.co.id/books/edition/PENGANTAR_E_MARKETING/Wk4CEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Firmansyah,+M+Anang.+2020.+Pengantar+E-Marketing.+ISBN:+978-623-7925-61-3.+Pasuruan:+Qiara+Media&pg=PR3&printsec=frontcover diakses pada tanggal 10 Mei 2021)
- Firmansyah, M Anang. 2019. Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran). Yogyakarta: CV Budi Utama (Peminjaman Offline di Perpustakaan Nasional RI)
- Ghozali, I. (2014). Structrural equation modeling metode alternatif dengan PLS. Semarang: Universitas Diponegoro (membeli buku)
- Kurniawan, Agung Widhi. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif. Yogyakarta: Pandiva Buku (<https://id1lib.org/book/5686381/2da729?id=5686381&secret=2da729> diakses pada tanggal 25 Mei 2021)

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta (<https://id1lib.org/ireader/5686376> diakses pada tanggal 25 Mei 2021)

Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta (membeli buku)

Widarjono, Agus. 2020. Analisis Multivariat Terapan dengan Program SPSS, AMOS, dan SMART PLS. Edisi 2. Yogyakarta: UPP STIM YKPN. (Membeli buku)

Suwarjana, I Ketut. 2016. Statistik Kesehatan. Yogyakarta: CV Andi Offset (<https://books.google.co.id/books?id=sRcXDQAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false> diakses pada tanggal 25 Mei 2021)

Yusuf, Muri. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan. Jakarta: Kencana (<https://id1lib.org/ireader/14021842> diakses pada tanggal 25 Mei 2021)

Jurnal:

Aditya, Ricky dan Wardhana. Aditya. 2016. *Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use Terhadap Behavioral Intention Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Pengguna Instant Messaging Line Di Indonesia*, Vol 20, No 1, Januari 2016. Universitas Telkom. (<https://journal.uui.ac.id/JSB/article/view/4427/3909> diakses tanggal 4 April 2021)

Anuraga, Gangga dkk. 2017. Structural Equation Modeling – Partial Least Square Untuk Pemodelan Indeks Pembangunan Kesehatan Masyarakat (IpkM) Di Jawa Timur. Dalam Seminar Nasional Matematika dan Aplikasinya (Oktober, 2017). Surabaya. (http://matematika.fst.unair.ac.id/wp-content/uploads/2019/03/39-Siti-Munadhiroh_Statistika_.pdf di akses tanggal 25 mei 2021)

Bharata, Wira dan P. Wahyu Widyaningrum. 2017. Analisis Penerimaan dan Penggunaan Sistem Informasi Akademik Melalui Pengembangan Model Utaut Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Dalam Optimal: Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan, Vol. 11, No. 2, Pp. 171-187. Universitas Muhammadiyah Ponorogo. (<https://docplayer.info/81022309-Wira-bharata-1-dan-premi-wahyu-widyaningrum-universitas-muhammadiyah-ponorogo.html> diakses tanggal 7 Mei 2021)



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta
- Dewi, Putu Devi Sandra. Dan I Wayan Santika. 2018. *Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Niat Beli Ulang Online*. Dalam: Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Vol. 7, No. 8, 2018: 4124-4152 ISSN: 2302-8912. Universitas Udayana, Bali. (<https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/38817/24889> diakses tanggal 4 April 2021)
- Hanggono, Aditya Arie dan Siti Ragil Handayani. 2015. Analisis Atas Praktek TAM (*TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL*) Dalam Mendukung Bisnis Online Dengan Memanfaatkan Jejaring Sosial Instagram. Dalam: Jurnal Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya. 1 September 2015. Universitas Brawijaya, Malang. (<https://media.neliti.com/media/publications/86245-ID-none.pdf> diakses tanggal 4 April 2021)
- Pikkarainen, Tero. 2004. *Consumer acceptance of online banking: an extension of the technology acceptance model*. Dalam Internet Research, Vol. 14, No. 3, Pp. 224–235, ISSN: 1066-2243. Emerald Group Publishing Limited (https://www.academia.edu/1639422/Consumer_acceptance_of_online_banking_an_extension_of_the_technology_acceptance_model diakses 10 Mei 2021)
- Putri, Dita Aprilay Utami. 2020. Pengaruh Sales Promotion Girl Smartphone Vivo Terhadap Minat Beli Konsumen di Kota Bima. Dalam: *Jurnal Of Business and Economic Research Vol 1, No 2, June 2020, Hal. 110-114* ISSN 2716-4128 (Juni 2020). Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima, Nusa Tenggara Barat <https://docplayer.info/206321707-Pengaruh-sales-promotion-girl-smartphone-vivo-terhadap-minat-beli-konsumen-di-kota-bima.html> diakses 11 Mei 2021)
- Rakhmad S, Andyka. 2012. Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Penggunaan Youtube Dengan Pendekatan TAM. Dalam: Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya. (<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/119> diakses 4 April 2021)
- Succi, M. J., & Walter, Z. D. (1999). Theory of User Acceptance of Information Technologies: An Examination of Health Care Professionals. Proceedings of the 32nd Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS), (hal.1-7). (<https://www.semanticscholar.org/paper/Theory-of-user-acceptance-of-information-an-of-care-Succi-Walter/8d6a92b4810ab60e31f6c92463b01131a88d7226> diakses 7 Mei 2021)

Hak Cipta :

Sukma, Erlangga Andi. 2019. *Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) dan Trust Terhadap Intensi Pengguna Instagram*. Dalam: Jurnal Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang ISSN 2580-8451 (Juni 2019). (<https://journals.usm.ac.id/index.php/jreb/article/view/1659> diakses 4 April 2021)

Tesis:

Octaviani, Erlita. 2016. *Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Penerimaan dan Penggunaan Sistem Manajemen Pembelajaran Exelsa Universitas Sanata Dharma*.

Skripsi:

Poetri, Adellia Rosarindry. 2010 *Adopsi E-Commerce Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Bagi UKM*. Universitas Sebelas Maret.

Internet:

Badan Pusat Statistik. 2020 “Proyeksi Penduduk Kabupaten/Kota Tahunan 2010-2020 Provinsi DKI Jakarta” (<https://www.bps.go.id/publication/2015/06/30/fdd9631f87ae69203be0308e/proyeksi-penduduk-kabupaten-kota-tahunan-2010-2020-provinsi-dki-jakarta.html> diakses tanggal 25 mei 2021)

Badan Pusat Statistik. 2020 “Statistik E-Commerce 2020” (<https://www.bps.go.id/publication/2020/12/24/2548417ddc6dab8247553124/statistik-e-commerce-2020.html> diakses tanggal 25 mei 2021)

Digital Report We Are Social. 2021 “*Global E-Commerce Activity Overview, E-Commerce Spend by Category, Ecommerce Growth by Category*” (<https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia> diakses tanggal 8 April 2021)

Internet World States. 2020 “*Top 20 Countries with The Highest Number of Internet Users*” (<https://www.internetworldstats.com/top20.htm> diakses tanggal 25 Maret 2021)

Iprice Insight. 2020 “*Daftar 50 Website & Aplikasi E-Commerce di Indonesia*” (<https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/> diakses tanggal 25 Maret 2021)





Tek.id. 2018 “Menelaah demografi dan kekuatan ekonomi pengguna internet Indonesia” (<https://www.tek.id/insight/demografi-dan-kekuatan-ekonomi-pengguna-internet-indonesia-b1Uuq9Tj> diakses tanggal 25 Mei2021)

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

CURRICULLUM VITAE



HIDAYATUL OKTAVIRA

Administrasi Bisnis Terapan

TENTANG SAYA

Saya vira mahasiswa semester 7 Politeknik Negeri Jakarta dari Prodi Administrasi Bisnis terapan, memiliki kemampuan di bidang Administrasi, Marketing, dan Public Relation

INFORMASI KONTAK

LinkedIn Hidayatul Oktavira
 Whatsapp +(62) 8128 2135 220
 Email Hidayatuloktavira@gmail.com
 Address Perumahan d golden cinere no b3 Depok

PENGALAMAN EVENT

Januari - AN Talent Week
 2018 (Staff Medis Konsumsi)
 Juli - Cultural Festival
 2019 (Staff Teater)
 November - Business Administrastion
 2019 Festival

PENDIDIKAN

2017-2021 Politeknik Negeri Jakarta (Semester 7)
 Administrasi Bisnis Terapan
 2014-2017 Madrasah Aliyah Al-Hamidiyah
 Jurusan IPS

PENGALAMAN KERJA

2019 Agensi Kartu Kredit Pasar Minggu • Sales
 (2Feb-28Feb)
 • Menawarkan Kartu Kredit kepada nasabah Bank BRI, Mandiri, UOB dll melalui telepon.
 • Menginput data nasabah yang akan membuat Kartu Kredit

SERTIFIKAT KOMPETENSI

2018 - 2021 - Mail Handling
 Badan Nasional Serifikasi Profesi
 2019 - 2022 - Filing
 Badan Nasional Serifikasi Profesi

PENGALAMAN ORGANISASI

2017 - 2018 Forum Komunitas Daerah (IMARAMI)
 Ikatan Mahasiswa Ranah Minang
 Staff Seni dan Budaya
 2018 - 2019 Border PNJ
 Staff Dana Usaha dan Konsumsi (Danus)

KEAHLIAN





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar kuesioner

Kuesioner Penelitian Analisis Penerimaan dan Perilaku konsumen dalam pembelian Produk kecantikan pada *E-Commerce* Sociolla Pada Wilayah DKI Jakarta

A. Karakteristik Responden

Berilah tanda (✓) untuk jawaban yang menurut anda benar

- Usia : < 19 Tahun 26-30 Tahun
 20-25 Tahun 31-35 Tahun
 > 35-40 Tahun > 40

- Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan

- Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa

- Wirausaha Karyawan /pegawai swasta Lainnya
 PNS

Berapa kali anda mengakses Shopping beauty pada Aplikasi Soco (Sociolla) dalam Bulan ini:

- 1-5 kali
 6-10 kali
 > 10

B. Pertanyaan Kuesioner

No	Pertanyaan	Skala Penelitian				
		SS	S	R	TS	STS
	Persepsi kemudahan (<i>perceived ease of use</i>)					
1	Menggunakan Aplikasi Soco (Sociolla) memudahkan saya dalam membeli produk					
2	Aplikasi Soco (Sociolla) memudahkan saya dalam memilih					



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

	produk					
3	Fitur yang ada pada Aplikasi Soco (Sociolla) sangat mudah dipahami					
4	Menggunakan Aplikasi Soco (Sociolla) dapat menunjang aktivitas saya untuk belanja <i>Online</i>					
5	Menggunakan Aplikasi Soco (Sociolla) dapat meningkatkan kecakapan teknologi bagi konsumen					
6	Pembayaran pada Aplikasi Sociolla sangat memudahkan saya					
7	Pembayaran produk melalui <i>Virtual Account (Bca)</i> mempercepat dalam transaksi					
8	Pembayaran pada aplikasi Soco (Sociolla) sangat menghemat waktu					
9	Pembayaran <i>Via Transfer</i> mempercepat proses order barang					
10	Pembayaran pada Aplikasi Soco (Sociolla) <i>Via Ovo</i>					



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

	dan Gopay sangat memudahkan dalam pembayaran					
11	Fitur kategori sangat memudahkan dalam pencarian produk.					
12	Fitur (<i>Search</i>) menggunakan kata kunci atau <i>brand</i> yang akan dicari					
13	Pencarian produk melalui iklan pada aplikasi Soco (Sociolla) mempercepat saya untuk <i>checkout</i>					
14	Pencarian melalui rekomendasi produk mempercepat saya untuk <i>checkout</i>					
15	Diskon melalui Instagram dan pencarian produk sangat memudahkan saya					
	Persepsi kemanfaatan (<i>perceived usefulness</i>)	SS	S	R	TS	STS
16	Aplikasi Soco (Sociolla) membuat saya berhati-hati dalam memilih produk karena banyak beredar produk kecantikan palsu.					
17	Aplikasi Soco (Sociolla) selalu menerbitkan artikel tentang cara					



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

	merawat kulit.					
18	Aplikasi Soco (Sociolla) sangat membantu saya untuk memilih produk apa yang cocok dengan kulit					
19	Aplikasi Soco (Sociolla) sangat memberikan manfaat untuk konsumen yang akan menggunakan produk kecantikan					
20	Harga yang ditawarkan aplikasi Soco (Sociolla) sesuai dengan <i>budget</i> saya					
21	Produk kecantikan yang saya beli dari sociolla adalah produk asli					
22	saya selalu membeli Produk Kecantikan dari aplikasi Soco (Sociolla)					
23	Produk kecantikan (skincare dan make up) hal yang wajib bagi saya					
24	Aplikasi Soco (Sociolla) adalah aplikasi yang <i>trusted</i>					
25	Bagi saya Aplikasi Soco (Sociolla) adalah aplikasi yang sangat bermanfaat dalam					



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

	menentukan produk apa yang cocok untuk kulit saya					
	Sikap Pengguna (<i>Attitude Toward Using</i>)	SS	S	R	TS	STS
26	Aplikasi Soco (Sociolla) adalah <i>e-commerce</i> atau aplikasi yang terfavorit					
27	Saya sangat antusias untuk berbelanja online dalam menggunakan <i>e-commerce</i> atau aplikasi Soco (Sociolla)					
28	Dalam menggunakan aplikasi Soco (Sociolla) sangat selektif dalam memilih produk yang cocok dengan kulit wajah					
29	Saya sangat senang jika Soco (sociolla) memberikan potongan harga untuk produk yang saya cari					
30	Saya sangat suka berbelanja online menggunakan aplikasi Soco (Sociolla)					
	Minat perilaku (<i>behavioral intention</i>)	SS	S	R	TS	STS



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

31	Saya sangat berminat dengan <i>discount/flash sale</i> yang ditawarkan oleh aplikasi Soco (Sociolla)					
32	Saya sangat suka berbelanja produk kecantikan melalui online berulang kali dengan produk yang berbeda					
33	Saya merekomendasikan aplikasi Soco (Sociolla) kepada keluarga dan teman-teman yang suka membeli produk kecantikan					
34	Saya selalu menggunakan aplikasi Soco (Sociolla) untuk membeli produk kecantikan (<i>skincare/makeup</i>)					
35	Saya berharap Aplikasi Soco (Sociolla) selalu memberikan Discount					
Penggunaan (<i>actual use</i>)		SS	S	R	TS	STS
36	Saya menggunakan aplikasi soco dengan waktu yang lama					
37	Saya membuka aplikasi Soco Sesering mungkin					
38	Waktu untuk					



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

	berbelanja produk kecantikan tidak terbatas					
39	Durasi untuk discount aplikasi Soco sangat pendek					
40	Jika Soco (sociolla) mengadakan <i>discount/ flash sale</i> waktu yang diberikan untuk pembayaran hanya sampai dengan 12 jam					
41	Saya sering berbelanja produk kecantikan melalui <i>Online shop</i>					
42	Saya lebih suka berbelanja produk kecantikan melalui aplikasi Soco (sociolla)					
43	Aplikasi Soco diakses melalui internet					
44	Aplikasi Soco sangat menarik untuk membeli produk kecantikan					
45	Data pada pengguna aplikasi Sociolla terjaga dan aman.					
Perilaku Konsumen		SS	S	R	TS	STS
46	Informasi tentang produk tersedia selalu <i>update</i>					
47	Saya memilih					



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

	produk kecantikan (<i>make up/skincare</i>) yang sesuai dengan jenis kulit					
48	Saya tertarik membeli produk kecantikan (<i>make up/skincare</i>) karena <i>packaging</i> yang menarik					
49	Saya membeli produk kecantikan melalui aplikasi Soco tanpa harus keluar rumah					
50	Saya membeli produk kecantikan melalui aplikasi Soco (<i>sociolla</i>) mengikuti trend dengan mencoba varian produk terbaru					
51	<i>Influencer</i> sangat berpengaruh dalam iklan <i>Flash sale</i> product <i>sociolla</i>					
52	Saya tertarik dengan <i>influencer</i> yang mengiklankan <i>Flashsale sociolla</i> melalui <i>Instagram</i> advertise					
53	Saya tertarik dengan <i>influencer</i> yang merekomendasikan produk kecantikan melalui kanal youtube sehingga saya langsung					



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

	mencari product tersebut di Aplikasi Soco (Sociolla)					
54	<i>Influencer</i> memiliki daya Tarik yang kuat untuk mempromosikan produk kecantikan pada aplikasi Soco (Sociolla)					
55	Influencer memiliki cara menarik untuk memikat konsumen agar membeli produk kecantikan					

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Lampiran 2 Tabulasi Data

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.1 0	X1.1 1	X1.1 2
4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	3
4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5
5	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
4	3	4	5	4	4	3	4	5	5	4	4
5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5
4	4	3	5	4	4	4	4	3	4	5	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	4	4	5	5	3	5	4	3
3	4	3	3	4	3	4	5	5	5	5	5
4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
3	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
4	4	4	5	4	5	3	4	5	5	4	4
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4
5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	3	4	4	4	3	5	4	3	3	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	3	3	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4
5	5	5	4	3	4	5	5	5	5	5	5
5	3	3	3	4	4	5	4	3	5	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5
4	4	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	3	4	3	5	5	5	5	5	5



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.1 0	X2.1 1	X2.1 2
5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	4	3	4	3	5	3	4	4
4	4	5	5	5	4	5	3	5	3	4	4
5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4
4	4	4	4	4	3	5	3	4	4	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
4	5	4	5	3	3	5	5	3	4	3	4
4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5
4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5
4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	3	3	3	3	3	3	3	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4
5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5
4	4	3	3	3	5	3	4	4	3	3	3
4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5
4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	5	5	5	3	5	5	4	5
5	3	4	5	3	4	5	4	5	5	4	4



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8
4	4	4	5	4	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	5	4	5	3	4
4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	3	5	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	4	4	4	4
5	4	3	3	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	5	5
4	5	4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	5
5	5	4	5	4	3	4	4
4	4	5	4	3	3	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	2	5	5



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5

X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	X4.7	X4.8	X4.9	X4.10
4	4	4	5	4	5	2	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	3	3	3	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
4	5	4	5	5	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	3	4	4	4	4
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	4	4	5	4	4	4
4	4	5	5	4	5	4	4	3	4
5	4	4	5	5	4	4	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	5	5	2	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	5	4	5	4	4	4
4	3	4	4	4	4	5	4	5	4



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
3	3	3	5	4	5	3	5	5	4
5	5	5	5	4	4	4	5	5	5
4	4	3	5	3	4	4	3	4	4
4	4	4	5	4	4	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	5	3	5	5	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	3	4	3	3	4
5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
1	2	4	4	3	5	4	3	5	4
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

X5.1	X5.2	X5.3
3	4	4
3	4	4
4	3	4
4	4	4
4	4	4
4	4	4
3	3	5
3	3	4
4	4	4
4	4	5
4	4	4
5	4	4
4	4	4
4	4	4
4	4	4
4	4	4
4	4	4
5	5	5
4	4	4
4	4	4
5	5	5
5	5	5
5	5	5
4	4	4
5	5	5
5	5	5

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

5	5	5
5	5	5
5	5	5
5	5	5
4	4	4
5	5	5
4	4	4
4	4	4
4	4	4
4	4	5
4	4	4
4	4	5
4	4	5
4	4	4
4	4	5
5	5	5
4	5	5
4	4	4
3	3	3
4	4	3
5	5	5
4	4	4
4	4	4
5	5	5
3	3	3
4	4	4
5	5	5

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

4	4	4
5	5	5
4	4	4
5	5	5
4	4	4
4	4	5
5	5	5
4	4	4
4	5	5
4	4	4
5	5	5
5	5	5
4	4	4
4	5	4
4	4	4
4	4	4
5	5	5
5	5	5
5	5	5
5	5	5
4	4	4
5	5	5
5	5	5
5	5	5
5	5	5
4	4	4

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

4	4	4
5	5	5
4	4	4
4	4	4
4	4	4
4	4	4
4	5	4
5	5	5
5	5	5
3	3	3
5	5	5
5	5	5
5	5	5
5	5	5
5	5	5
5	5	5
5	5	5
5	5	5
5	5	5
5	5	5

Y1.1	Y1.2	Y1.3
5	4	4
5	4	4
4	3	3
5	5	5
4	5	4

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

4	3	4
5	5	5
4	4	4
3	2	3
4	4	4
4	4	4
5	3	4
4	4	4
3	3	3
4	4	4
4	4	4
3	4	4
4	5	5
4	5	3
5	5	4
5	5	5
5	5	5
5	5	5
5	5	5
5	4	5
5	5	5
5	5	5
5	5	5
5	5	5
5	5	5
3	5	5
5	5	5

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

5	5	5
4	4	4
4	3	4
5	5	5
5	3	4
5	4	4
5	5	5
4	3	4
5	5	5
5	5	5
5	5	4
4	5	3
3	3	3
4	3	3
5	5	5
5	5	5
5	5	5
5	5	5
4	3	4
5	4	4
5	5	5
5	4	4
5	5	5
4	4	4
5	5	5
4	4	4
5	5	4



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

4	4	4
4	4	4
5	5	3
4	4	4
5	5	5
5	5	5
4	4	4
3	3	3
4	4	4
4	4	4
5	5	5
5	5	5
5	5	5
5	5	5
4	4	4
5	5	5
5	5	5
5	5	5
5	5	5
5	5	5
4	4	4
4	4	4
5	5	5
4	4	4
4	4	4
4	4	4
4	4	4

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

3	3	3
5	5	5
5	5	5
3	3	3
5	5	5
5	5	5
5	5	5
5	5	5
5	5	5
5	5	5
5	5	5
5	5	5
5	5	5
5	5	5
5	5	5

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Laporan SmartPLS

Mohon menyebutkan SmartPLS pada sitasi: Ringle, C. M., Wende, S., dan Becker, J.M. 2015. "SmartPLS 3," Boenningstedt: SmartPLS GmbH, <http://www.smartpls.com>.
[kembali ke navigasi](#)

Validitas dan Reliabilitas Konstrukt

	Cronbach's Alpha	rho_A	Reliabilitas Komposit	Rata-rata Varians Diekstrak (AVE)
X1 Perceived Ease Of Use	0,921	0,929	0,931	0,532
X2 Perceived Usefulness	0,953	0,916	0,950	0,619
X3 Attitude Toward Using	0,908	0,932	0,924	0,519
X4 Behavioral Intention	0,927	0,943	0,938	0,566
X5 Actual Use	0,851	0,857	0,890	0,577
Y1	0,896	0,899	0,917	0,581

Lampiran 3 Uji Validitas dan reliabilitas





Lampiran 4 Tabel T

dk	α untuk Uji Satu Pihak (<i>one tail test</i>)					
	0,25	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005
	α untuk Uji Dua Pihak (<i>two tail test</i>)					
	0,50	0,20	0,10	0,05	0,02	0,01
1	1,000	3,078	6,314	12,706	31,821	63,657
2	0,816	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925
3	0,765	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841
4	0,741	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604
5	0,727	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032
6	0,718	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707
7	0,711	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499
8	0,706	1,397	1,860	2,306	2,896	3,355
9	0,703	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250
10	0,700	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169
11	0,697	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106
12	0,695	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055
13	0,692	1,350	1,771	2,160	2,650	3,012
14	0,691	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977
15	0,690	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947
16	0,689	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921
17	0,688	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898
18	0,688	1,330	1,734	2,101	2,552	2,878
19	0,687	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861
20	0,687	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845
21	0,686	1,323	1,721	2,080	2,518	2,831
22	0,686	1,321	1,717	2,074	2,508	2,819
23	0,685	1,319	1,714	2,069	2,500	2,807
24	0,685	1,318	1,711	2,064	2,492	2,797
25	0,684	1,316	1,708	2,060	2,485	2,787
26	0,684	1,315	1,706	2,056	2,479	2,779
27	0,684	1,314	1,703	2,052	2,473	2,771
28	0,683	1,313	1,701	2,048	2,467	2,763
29	0,683	1,311	1,699	2,045	2,462	2,756
30	0,683	1,310	1,697	2,042	2,457	2,750
40	0,681	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704
60	0,679	1,296	1,671	2,000	2,390	2,660
120	0,677	1,289	1,658	1,980	2,358	2,617
∞	0,674	1,282	1,645	1,960	2,326	2,576

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta