

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN
KEGUNAAN TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG
MENGUNAKAN APLIKASI TIX ID**

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Kezia Stevany Silalahi

210326266

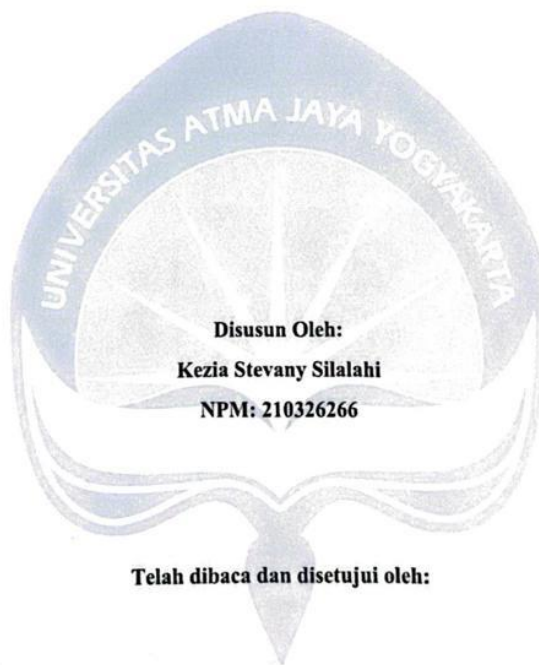
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KEGUNAAN
TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG MENGGUNAKAN APLIKASI TIX ID**



Disusun Oleh:

Kezia Stevany Silalahi

NPM: 210326266

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing,



Elisabet Dita Septiari, SE., M.Sc., Ph.D.

09 Mei 2025

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KEGUNAAN
TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG MENGGUNAKAN APLIKASI TIX ID**

yang telah dipersiapkan dan disusun oleh

Kezia Stevany Silalahi

NPM: 210326266

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji

pada tanggal 05 Juni 2025

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)

Program Studi Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji


Elisabet Dita Septiari,
SE., M.Sc., Ph.D.

Anggota Panitia Penguji


Api Adyantari,
S.A., MBA.


Vonezyo Yupanzara Dharomesz,
S.E., MBA.

Yogyakarta, 24 Juni 2025

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta


**FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

Wenefrida Mahestu N Krisjanti, SE., M.Sc.IB, Ph.D.

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan skripsi ini dengan judul:

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KEGUNAAN
TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG MENGGUNAKAN APLIKASI TIX ID**

Benar-benar merupakan hasil karya sendiri. Pernyataan, ide maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain di dalamnya. Saya menyadari bahwa jika di kemudian hari terbukti saya melakukan plagiaris dalam skripsi ini, gelar dan ijazah yang saya peroleh dapat dinyatakan batal dan saya bersedia untuk mengembalikannya kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Yogyakarta, 09 Mei 2025

Yang menyatakan



Kezia Stevany Silalahi

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan karena berkat dan campur tangan atas seluruh proses pengerjaan penelitian, peneliti dapat diberikan kemudahan dalam menyelesaikan masa studi dari awal perkuliahan hingga akhirnya dapat menyelesaikan skripsi sebagai persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana (S1) Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Peneliti tidak akan bisa untuk menyelesaikan seluruh proses penelitian ini tanpa adanya dukungan, bantuan, dan bimbingan secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak yang mendukung, membantu, dan membimbing, antara lain:

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan semangat, ide, kesehatan, kekuatan, dan campur tangan selama proses penulis menyusun skripsi ini.
2. Ibu Elisabet Dita Septiari, SE., M.Sc., Ph.D. sebagai dosen pembimbing skripsi yang dengan penuh kesabaran, pengertian, memotivasi, dan mengarahkan sesuai kemampuan penulis yang dibimbing untuk menyelesaikan penelitian ini secara maksimal.
3. Keluarga yang telah memberikan dukungan materi dan motivasi selama proses pengerjaan skripsi hingga selesai.
4. Seluruh dosen dan karyawan FBE UAJO yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan membimbing selama perkuliahan di FBE UAJO.
5. Teman-teman kuliah yang sudah memberikan pembelajaran dalam hidup yang berharga, bantuan, dan pengalaman selama perkuliahan berlangsung.

6. Kepada Ndull Adi 26260 yang sudah selalu memberikan ruang sandar, ilmu baru, motivasi, lelucon, dan waktu yang sangat penulis syukuri dan hargai dikala kesulitan, kesedihan, keberhasilan, dan kesenangan yang selalu dirayakan bersama.
7. Teman-teman KKN 86 “Kelompok 13 Gacor” yang telah berjuang bersama dan saling menghibur selama KKN berlangsung.
8. Seluruh anggota HMPSM 2021-20223 yang bersama-sama menyelesaikan seluruh program kerja dan masa jabatan dengan sangat baik.
9. Seluruh responden yang meluangkan waktu dan bersedia membantu mengisi 22 indikator penelitian sehingga penelitian dapat diselesaikan dengan lancar dan tepat waktu.
10. Terakhir, penulis sangat terima kasih kepada diri sendiri yang sudah mau diajak untuk berjuang selama perkuliahan berlangsung dan sampai ditahap penyelesaian skripsi ini karena dengan semangat diri penulis yang tinggi mendorong penelitian ini dengan maksimal.

Yogyakarta, 03 Mei 2025

Penulis



Kezia Stevany Silalahi

MOTTO



“Hiduplah seperti bulu pada ketiak, walaupun tertekan Ia tetap bertumbuh”

~IMAPW~

Daftar Isi

Daftar Tabel	x
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Lampiran.....	xii
Abstrak.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.4.1 Manfaat Teoritis	13
1.4.2 Manfaat Praktis	13
1.5 Sistematika Penulisan	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 <i>Technology Acceptance Model</i>	16
2.2 Definisi Variabel	17
2.2.1 Niat Pembelian Ulang	17
2.2.2 Persepsi Kemudahan Penggunaan	19
2.2.3 Persepsi Kegunaan	20
2.2.4 Kepuasan Konsumen.....	20
2.3 Penelitian Terdahulu	23
2.4 Pengembangan Hipotesis	31
2.4.1 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Niat Pembelian Ulang .	31
2.4.2 Pengaruh Kegunaan Terhadap Niat Pembelian Ulang.....	32
2.4.3 Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Pembelian Ulang.....	33
2.4.4 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Konsumen...	34
2.4.5 Pengaruh Kegunaan Terhadap Kepuasan Konsumen	35
2.4.6 Peran Mediasi Kepuasan Konsumen Pada Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Niat Pembelian Ulang.....	36
2.4.7 Peran Mediasi Kepuasan Konsumen Pada Pengaruh Kegunaan Terhadap Niat Pembelian Ulang	37
2.5 Kerangka Penelitian	39

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	40
3.1 Jenis Penelitian.....	40
3.2 Objek, Subjek, dan Tempat Penelitian.....	41
3.3 Populasi Dan Sampel	42
3.3.1 Metode <i>Sampling</i>	43
3.4 Definisi Operasional.....	45
3.5 Skala Pengukuran Data	48
3.6 Pengumpulan Data	49
3.7 <i>Face Validity</i>	49
3.8 Metode Analisis Data.....	53
3.8.1 Statistik Deskriptif	53
3.8.2 <i>Structural Equation Model- Partial Least Square (SEM-PLS)</i>	54
3.8.3 Uji Mediasi.....	61
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	64
4.1 <i>Pilot Test</i>	64
1. Hasil Uji <i>Outer Model</i>	64
2. Hasil Uji <i>Inner Model</i>	68
4.2 Prosedur Pengumpulan Data	74
4.3 Hasil Filter Responden.....	74
4.4 Demografi Responden.....	75
4.5 Statistik Deskriptif	78
4.5.1 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan	78
4.5.2 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Kegunaan	80
4.5.3 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen.....	81
4.5.4 Analisis Deskriptif Variabel Niat Pembelian Ulang	83
4.6 Analisis Data	84
4.6.1 <i>Structural Equation Model-Partial Least Square</i>	84
4.6.2 <i>Outer Model</i>	85
4.6.3 <i>Inner Model</i>	93
4.6.4 Pengujian Hipotesis.....	97
4.6.5 Pengujian Mediasi.....	100
4.7 Pembahasan.....	104

4.7.1 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Niat Pembelian Ulang	104
4.7.2 Pengaruh Kegunaan Terhadap Niat Pembelian Ulang.....	105
4.7.3 Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Pembelian Ulang.....	106
4.7.4 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Konsumen.	108
4.7.5 Pengaruh Kegunaan Terhadap Kepuasan Konsumen	109
4.7.6 Peran Mediasi Kepuasan Konsumen Pada Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Niat Pembelian Ulang.....	110
4.7.7 Peran Mediasi Kepuasan Konsumen Pada Pengaruh Kegunaan Terhadap Niat Pembelian Ulang	111
BAB V PENUTUP DAN IMPLIKASI MANAJERIAL	113
5.1 Kesimpulan	113
5.1.1 Profil Responden.....	115
5.1.2 Statistik Deskriptif	116
5.1.3 Hasil Hipotesis	117
5.2 Implikasi Manajerial	118
5.3 Keterbatasan Dan Saran Penelitian	120
DAFTAR PUSTAKA	122
LAMPIRAN.....	133

Daftar Tabel

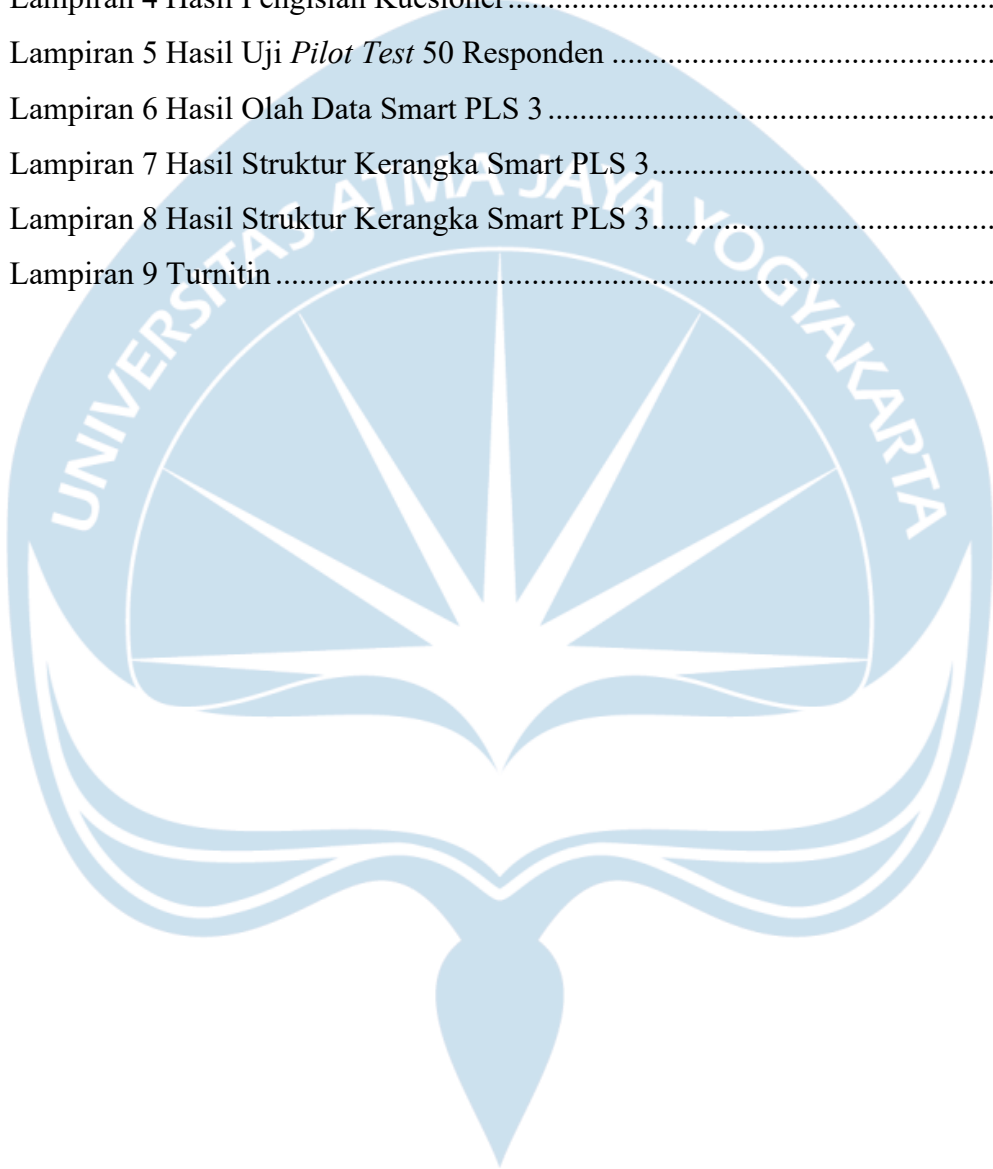
Tabel 1.1 <i>Rating</i> dan Penilaian Aplikasi Pembelian Tiket Bioskop di App Store	10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Definisi Operasional	45
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i> 5 poin	48
Tabel 3.3 <i>Face Validity</i>	50
Tabel 3.4 Interval Kelas	54
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Konvergen (n=50)	64
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Diskriminan <i>Cross Loading</i>	66
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Diskriminan <i>fornell larcker</i>	67
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas	67
Tabel 4.5 Nilai <i>R-Square Adjusted</i>	68
Tabel 4.6 Nilai <i>F-Square Effect Size</i>	68
Tabel 4.7 Nilai <i>Q Square (Construct Crossvalidated Redundancy)</i>	69
Tabel 4.8 Nilai <i>Q Square (Construct Crossvalidated Communalilty)</i>	70
Tabel 4.9 <i>Face Validity</i> Adaptasi	71
Tabel 4.10 Jumlah Responden Filter 1	74
Tabel 4.11 Jumlah Responden Filter 2	75
Tabel 4.12 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	76
Tabel 4.13 Profil Responden Berdasarkan Usia	76
Tabel 4.14 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan/bulan	77
Tabel 4.15 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan	77
Tabel 4.16 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan Tanpa PKP2	79
Tabel 4.17 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Kegunaan	80
Tabel 4.18 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen	82
Tabel 4.19 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Niat Pembelian Ulang	83
Tabel 4.20 Nilai <i>Loading Factor</i>	87
Tabel 4.21 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	88
Tabel 4.22 <i>Cross Loading</i>	89
Tabel 4.23 <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	91
Tabel 4.24 <i>Cronbach's Alpha</i>	92
Tabel 4.25 <i>R Square Adjusted</i>	93
Tabel 4.26 <i>F Square</i>	95
Tabel 4.27 <i>Construct Crossvalidated Redundancy</i>	96
Tabel 4.28 <i>Construct Crossvalidated Communalilty</i>	96
Tabel 4.29 <i>Path Coefficients</i>	98
Tabel 4.30 <i>Specifics Indirect Effects</i>	100
Tabel 4.31 Hasil Uji Peran Mediasi Kepuasan Konsumen Pada Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Niat Pembelian Ulang	102
Tabel 4.32 Hasil Uji Peran Mediasi Kepuasan Konsumen Pada Pengaruh Kegunaan Terhadap Niat Pembelian Ulang	104

Daftar Gambar

Gambar 1.1 Pengguna <i>Smartphone</i> di Indonesia	2
Gambar 1.2 Jumlah Penonton Film Indonesia	3
Gambar 1.3 Fitur " <i>Event</i> " TIX ID	6
Gambar 1.4 Metode Pembayaran TIX ID	6
Gambar 1.5 Fitur " <i>Watchlist</i> " TIX ID	7
Gambar 1.6 Hasil Pilot Test	9
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	39
Gambar 3.1 Model Mediasi Sederhana	61
Gambar 3.2 Rangka jenis mediasi dan non-mediasi	63
Gambar 4.1 Model Struktural SEM-PLS	85
Gambar 4.3 Model Struktural Hasil SEM-PLS (Tanpa PKP2)	86
Gambar 4.4 Peran Mediasi Kepuasan Konsumen Pada Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Niat Pembelian Ulang	101
Gambar 4. 5 Peran Mediasi Kepuasan Konsumen Pada Pengaruh Kegunaan Terhadap Niat Pembelian Ulang	103

Daftar Lampiran

Lampiran 1 Surat Pengantar Kuesioner	134
Lampiran 2 Kuesioner.....	136
Lampiran 3 Kuesioner Google Form	141
Lampiran 4 Hasil Pengisian Kuesioner.....	164
Lampiran 5 Hasil Uji <i>Pilot Test</i> 50 Responden	202
Lampiran 6 Hasil Olah Data Smart PLS 3	207
Lampiran 7 Hasil Struktur Kerangka Smart PLS 3.....	214
Lampiran 8 Hasil Struktur Kerangka Smart PLS 3.....	217
Lampiran 9 Turnitin	239



**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN
KEGUNAAN TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG
MENGUNAKAN APLIKASI TIX ID**

Kezia Stevany Silalahi

Elisabet Dita Septiari, SE., M.Sc., Ph.D.

**Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Jalan Babarsari 43, Yogyakarta**

Abstrak

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan kegunaan terhadap niat pembelian ulang aplikasi TIX ID. Secara keseluruhan total responden dalam penelitian ini sebanyak 267 responden, dan yang memenuhi kriteria penelitian sebanyak 253 responden. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dengan Skala Likert 5 poin (Sangat tidak setuju sampai Sangat Setuju). Penelitian ini menggunakan Google Form sebagai instrumen untuk penyebaran kuesioner melalui WhatsApp dan Instagram. Pilot test penelitian ini untuk pengujian awal 50 responden dan secara keseluruhan pengujian penelitian menggunakan perangkat lunak SmartPLS versi 3. Setelah olah data dilakukan, hasil menunjukkan bahwa seluruh hipotesis yang ada pada penelitian ini menunjukkan hasil yang positif dan signifikan.

Kata Kunci: TIX ID, Kemudahan Penggunaan, Kegunaan, Niat Pembelian Ulang