

KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan syukur kepada Tuhan yang Maha Esa yang terus memberikan hikmat dan akal budi kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir persyaratan akademik guna mengejar gelar studi, yaitu Strata satu Sarjana Manajemen di Universitas Pelita Harapan kampus Surabaya. Penulis menyadari bahwa dalam Menyusun penelitian ini masih terdapat penulisan, penyajian, dan penggunaan kata-kata yang belum sempurna. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik, dan segala bentuk pengarahannya dari semua pihak untuk dapat memperbaiki penelitian tugas akhir ini.

Di kesempatan ini penulis ingin berterima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan tugas akhir. Ucapan terima kasih penulis tujukan kepada :

1. Bapak Dr. Ronald, S.T., M.M, CSMA, CDM, PMA, selaku Executive Director dan Associate Dean serta dosen pembimbing pertama yang telah meluangkan banyak waktu dan tenaga untuk membimbing dan mendukung penulis dalam menyelesaikan tugas akhir dengan baik, dan juga telah banyak membantu penulis selama masa kuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.
2. Ibu Dr. Amelia, S.E., M.M, RFP-I, CSMA, CDM selaku ketua program studi manajemen yang selalu membantu dan mendukung penulis ketika berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.
3. Para staff pengajar Program Magister Strata Dua Jurusan Manajemen Universitas Pelita Harapan Surabaya yang telah memberikan ilmu-ilmu melalui kegiatan belajar-mengajar dengan dasar pemikiran analitis dan pengetahuan yang lebih baik sehingga diharapkan berguna bagi penulis setelah lulus nanti.
4. Kedua orangtua yang sangat hebat Papa Ferdinand Franciscus Massie, Mama Sandy Marlitha Gimon, dan adik Karen Clemency Benevolence

Massie. Serta seluruh keluarga besar yang selalu mendukung dan menyertai dalam doa dan motivasi yang diberikan.

5. Queency Velicya Vierly Piri yang selalu menemani, dan selalu mensupport penulis dalam proses penyusunan skripsi. Semua nasihat dan waktu yang diluangkan boleh jadi salah satu alasan penulis bisa menyelesaikan penyusunan skripsi. 143 224.
6. Teman-teman ORGANIC 2.0, Valentino Sanggor, Fabio Wales, Faldion Nusland, Gilbert Wua, Andreas Tumbol, Junior Mamesah, Sergei Woen, Elkana Piri, dan Novaldy Sunardi yang selalu mendengar keluh kesah penulis dalam penyusunan skripsi, membantu memberi semangat kepada penulis dan selalu mendukung penulis dalam penyusunan skripsi.
7. Teman-teman seperjuangan Kevin Rompas, dan Junior Mamesah yang selalu mendengar keluh kesah penulis, dan memberi nasihat dan semangat bagi penulis dalam penyusunan skripsi.
8. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunan penelitian ini. Hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas semua kebaikan dan dukungan dari Bapak, Ibu, Saudara, dan teman-teman sekaligus. Semoga penelitian ini bisa bermanfaat terutama bagi diri pribadi penulis serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan topik yang sama. Segala kritik dan saran penelitian ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan selanjutnya.

Manado, 16 Agustus 2022



Vincenzo Eulogia Stillman Massie

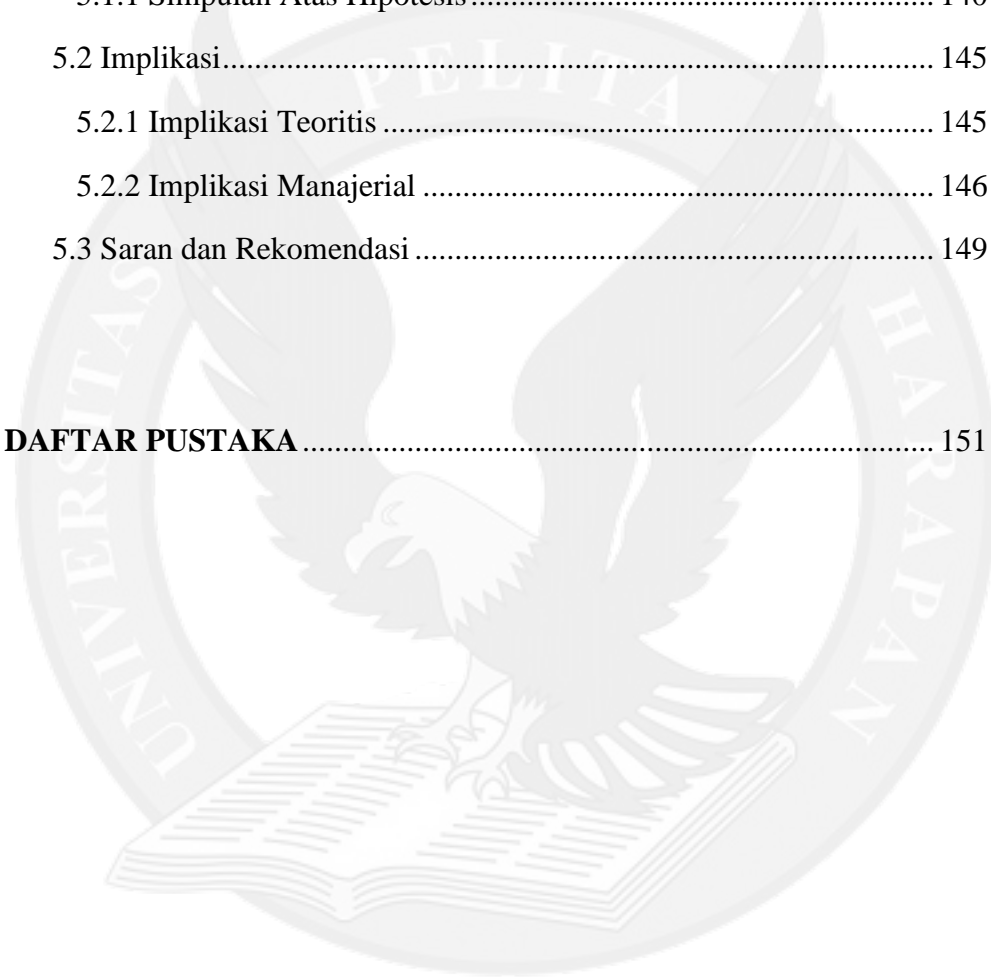
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Batasan Masalah.....	15
1.3 Rumusan masalah.....	16
1.4 Tujuan Penelitian	17
1.5 Manfaat Penelitian	17
1.5.1 Manfaat Teoritis	17
1.5.2 Manfaat Praktis	17
1.6 Sistematika penulisan.....	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
.....	20
2.1 LANDASAN TEORI.....	20
2.1.1 Usage Intention	20
2.1.2 Optimism.....	21
2.1.3 Innovativeness.....	23
2.1.4 Discomfort	24

2.1.5 Insecurity.....	25
2.1.6 Perceived Quality.....	26
2.1.7 Attitude	28
2.2 PENELITIAN TERDAHULU	29
2.3 PENGEMBANGAN HIPOTESIS	31
2.3.1 Pengaruh <i>Optimism</i> terhadap <i>Perceived Quality</i>	31
2.3.2 Pengaruh <i>Innovativeness</i> terhadap <i>Perceived Quality</i>	32
2.3.3 Pengaruh <i>Discomfort</i> dan <i>Insecurity</i> terhadap <i>Perceived Quality</i> ...	33
2.3.4 Pengaruh <i>Perceived Quality</i> terhadap <i>Attitude</i>	35
2.3.5 Pengaruh <i>Attitude</i> terhadap <i>Usage Intentions</i>	36
2.4 Model Penelitian	37
2.5 Bagan Alur Berpikir.....	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	41
3.1 JENIS PENELITIAN DAN JENIS DATA.....	41
3.1.1 Jenis Penelitian.....	41
3.1.2 Jenis Data	42
3.2 POPULASI DAN SAMPEL	43
3.2.1 Populasi.....	43
3.2.2 Sampel.....	43
3.3 METODE PENGUMPULAN DATA.....	45
3.4 DEFINISI OPERASIONAL DAN PENGUKURAN VARIABEL.....	49
3.5 METODE ANALISIS DATA.....	51
3.5.1 Pengolahan Data	51
3.5.2 Pengujian Hipotesis	51
3.5.3 Uji Reliabilitas	65
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	67

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	67
4.2 Analisis Data	69
4.2.1 Statistik Deskriptif	69
4.2.1.1 Karakteristik Responden	69
4.2.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia	70
4.2.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	71
4.2.1.4 Tanggapan Responden	73
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel.....	85
4.2.2.1 Penjelasan Responden terhadap <i>Optimism</i>	85
4.2.2.2 Penjelasan Responden terhadap <i>Innovativeness</i>	87
4.2.2.3 Penjelasan Responden terhadap <i>Discomfort</i>	88
4.2.2.4 Penjelasan Responden terhadap <i>Insecurity</i>	90
4.2.2.5 Penjelasan Responden terhadap <i>Perceived Value</i>	91
4.2.2.6 Penjelasan Responden terhadap <i>Attitude</i>	93
4.2.2.7 Penjelasan Responden terhadap <i>Usage Intention</i>	95
4.2.3 Hasil Pengujian Kualitas Data	97
4.2.3.1 Evaluasi Normalitas Data.....	99
4.2.3.2 Evaluasi Outliers	101
4.2.3.3 Evaluasi Multicollinearity dan Singularity	103
4.2.3.4 Analisis Faktor Konfirmatori	104
4.2.3.5 Analisis Full Structural Equation Modeling	108
4.2.3.6 Uji Reliability	111
4.2.4 Hasil Pengujian Hipotesis	112
4.2.4.1 Pengujian Hipotesis 1 (H1)	113
4.2.4.2 Pengujian Hipotesis 2 (H2)	114
4.2.4.3 Pengujian Hipotesis 3 (H3)	114
4.2.4.4 Pengujian Hipotesis 4 (H4)	115

4.2.4.5 Pengujian Hipotesis 5 (H5)	116
4.2.4.6 Pengujian Hipotesis 6 (H6)	117
4.3 Pembahasan	117
BAB V KESIMPULAN	139
5.1 Simpulan	139
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis	140
5.2 Implikasi	145
5.2.1 Implikasi Teoritis	145
5.2.2 Implikasi Manajerial	146
5.3 Saran dan Rekomendasi	149
DAFTAR PUSTAKA	151



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Indeks pembangunan teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia	2
Gambar 1.2 Logo Hypermart	5
Gambar 1.3 Promo khusus belanja online Hypermart	6
Gambar 1.4 Self Service Technology dalam bentuk price checker	9
Gambar 1.5 Price checker menunjukkan harga produk yang dicek.....	11
Gambar 1.6 Penggunaan SST dalam toko retail	13
Gambar 1.7 Fitur-fitur yang dimiliki price checker	14
Gambar 2.1 Model Penelitian	37
Gambar 2.2 Model Penelitian Terdahulu	37
Gambar 2.3 Bagan Alur Berpikir	40
Gambar 3.1 Diagram Alur kerangka Pemikiran Teoritis	56
Gambar 4.0 Responden Berdasarkan Usia.....	71
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	72
Gambar 4.2 Confirmatory Analysis Optimism, Innovativeness, Discomfort, Insecurity.....	104
Gambar 4.3 Confirmatory Analysis Perceived Values, Attitude, dan Usage Intention	106
Gambar 4.4 Full Structural Model	109

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 5 Perusahaan ritel terbesar dengan nilai penjualan terbesar di Indonesia	7
Tabel 3.1 Design inti Kuesioner	47
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	49
Tabel 3.3 Keterangan Indikator Konstruk.....	55
Tabel 3.4 Keterangan Hubungan Konstruk.....	57
Tabel 3.5 Hasil Konversi ke dalam persamaan model pengukuran Konstruk eksogen dan Endogen.....	58
Tabel 3.6 Indeks Kelayakan sebuah model (Goodness-of-fit index).....	64
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	70
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	72
Tabel 4.3 Derajat Penilaian Setiap Variabel	74
Tabel 4.4 Tanggapan responden terhadap Optimism.....	75
Tabel 4.5 Tanggapan responden terhadap Innovativeness.....	76
Tabel 4.6 tanggapan Responden terhadap Discomfort	78
Tabel 4.7 Tanggapan responden terhadap Insecurity.....	79
Tabel 4.8 Tanggapan responden terhadap Perceived Values.....	81
Tabel. 4.9 Tanggapan responden terhadap Attitude.....	82
Tabel 4.10 Tanggapan responden terhadap Usage Intention	84
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden terhadap variabel Optimism.....	85
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden terhadap variabel Innovativeness	87
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden terhadap variabel Discomfort ..	88
Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden terhadap variabel Insecurity.....	90
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden terhadap variabel Perceived Values	92

Tabel 4.16 Distribusi Jawaban Responden terhadap variabel Attitude.....	93
Tabel 4.17 Distribusi Jawaban Responden terhadap variabel Usage Intention	95
Tabel 4.18 Goodness of fit Index	99
Tabel 4.19 Uji Normalitas Data	100
Tabel 4.20 Statistik Deskriptif Z-score	102
Tabel 4.21 Mahalanobis Distance	103
Tabel 4.22 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading Optimism, Innovativeness, Discomfort, dan Insecurity	106
Tabel 4.23 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading Perceived Values, Attitude, dan Usage Intention.....	108
Tabel 4.24 Index Pengujian Kelayakan	110
Tabel 4.25 Regression Weight Full Structural Equation Model	110
Tabel 4.26 Uji Reliability.....	111
Tabel 4.27 Hasil Uji Hipotesis	113
Tabel 4.28 Indikator variabel Attitude	129
Tabel 4.29 Indikator variabel Discomfort.....	130
Tabel 4.30 Indikator variabel Perceived value.....	132
Tabel 4.31 Indikator variabel Innovativeness	133
Tabel 4.32 Indikator variabel Optimism	134
Tabel 4.33 Indikator variabel Insecurity	136
Tabel 4.34 Indikator variabel Usage Intention.....	137
Tabel 5.1 Implikasi Teori.....	145
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial	148

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A KUESIONER	160
LAMPIRAN B TABULASI DATA KUESIONER.....	165
LAMPIRAN C HASIL UJI STASTISTIK DESKRIPTIF	171
LAMPIRAN D HASIL PENGUJIAN SEM	179
LAMPIRAN E BUKTI TURNITIN	204

