

SKRIPSI

**PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE*, *PERCEIVED USEFULNESS* DAN *PRICE* TERHADAP
REPURCHASE INTENTION JASA GOJEK
DI KOTA SURABAYA**



OLEH:

IGNATIUS REYNAL
201100054

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA
2024**

**PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE*, *PERCEIVED USEFULNESS* DAN *PRICE* TERHADAP
REPURCHASE INTENTION JASA GOJEK
DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

Sebagai Salah satu Peryaratan

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



OLEH:

IGNATIUS REYNAL

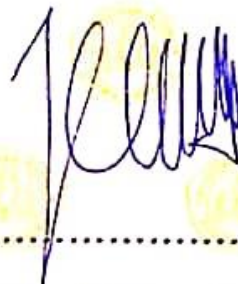
20110005

**PROGRAM MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA SURABAYA
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Ignatius Reynal
Npm : 201100054
Fakultas : Ekonomi
Prodi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness* dan *Price* terhadap *Repurchase Intention* Jasa Gojek di Kota Surabaya

Pembimbing
Tanggal: 19 Februari 2024

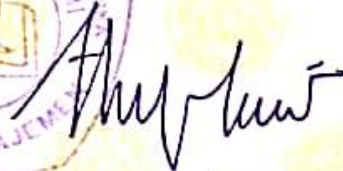


Deograsias Yoseph Y.F., S.E., M.M

Mengetahui

Ketua Program Studi

Tanggal: 21 - 2 - 2024



(Dr. Thyophoida W.S. Panjaitan, M.M)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Pengaruh *Perceived Ease Of Use*, *Perceived Usefulness* dan *Price* terhadap *Repurchase Intention* Jasa Gojek di Kota Surabaya

Telah diuji dan dipertahankan dihadapan

Tim Penguji Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika

Jurusan Manajemen Pemasaran

Pada Hari ..Setasa.....Tanggal..6..Februan 2024

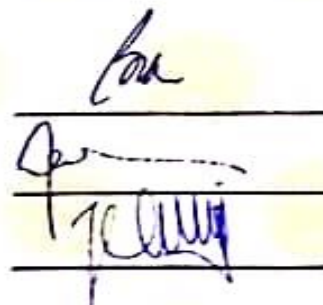
Disusun Oleh

Nama : Ignatius Reynal
NPM : 201100054
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen Pemasaran

Tim Penguji

Nama:

1. Dr.Y. Budi Hermanto, M.M
2. Dr. V. Ratna Inggawati, M.M.
3. Deograsias Yoseph YF, S.E.,M.M.



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang ditulis oleh **IGNATIUS REYNAL** dengan NPM 201100054

Telah diuji pada hari Selasa, 6 Februari 2024

Dinyatakan LULUS oleh:

Ketua Tim Penguji



Dr. Y. Budi Hermanto, M.M

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Lilik Indrawati, S.E., M.M.

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Thyphoida Panjaitan, M.M

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ignatius Reynal

NPM : 201100054

Alamat Asli : Jl.Kakatua, Kel.Karema, Kec.Mamuju, Sulawesi Barat

No. Identitas (KTP) : 7602011309010006

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul: Pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness* dan *Price* terhadap *Repurchase Intention* Jasa Gojek di Kota Surabaya merupakan hasil karya saya sendiri yang belum pernah dipublikasikan baik secara keseluruhan maupun sebagian dalam bentuk jurnal, working paper atau bentuk lain yang dipublikasikan secara umum. Skripsi (Tugas akhir) ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan. Apabila kemudian hari terbukti bahwa saya ternyata melakukantindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah – olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika termasuk pencabutan gelar kesarjanaan.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggungjawab dan integritas.

Surabaya, 23 Februari 2024

Hormat saya,



Ignatius Reynal

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Segalanya atas berkat dan curahan kasih karunia sehingga tugas akhir skripsi dengan judul "Pengaruh

perceived ease of use, perceived usefulness dan *price* terhadap *Repurchase intention* jasa Gojek di Kota Surabaya" ini bisa diselesaikan dengan baik.

Selesaiannya tugas akhir ini tidak lepas dari bantuan, doa, dan dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih

kepada pihak-pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan karya ini,

ucapkan terima kasih sebesar besarnya saya ucapkan kepada yang terhormat:

Romo Adrian Adiredjo, S.T.L., M.A., S.T.D. selaku Rektor Universitas Katolik Darma Cendika atas dukungan yang diberikan.

Dr. Lilik Indrawati, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi yang telah membimbing peneliti, baik di perkuliahan maupun di luar perkuliahan.

Dr. Thyophoida W.S. Panjaitan, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah mendukung peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Deograsias Yoseph Y.F., S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing dan memberi banyak masukan kepada peneliti selama penulisan skripsi.

Seluruh dosen pengajar di Program Studi Manajemen Universitas Katolik Darma Cendika yang telah membimbing peneliti selama 3,5 tahun ini.

6. Papa dan Mama tercinta atas segala dukungan dan doanya

7. Maria Graciela Ardimi yang telah mendukung, menemani, dan memberikan semangat kepada peneliti selama menyelesaikan pendidikan sarjana.



8. Seluruh teman-teman angkatan 2020 Universitas Katolik Darma Cendika yang berjuang bersama peneliti untuk menyelesaikan pendidikan sarjana
9. Semua pihak yang telah membantu hingga terselesaikannya skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu

Meski telah berusaha semaksimal mungkin dalam pembuatan skripsi ini, tentu masih banyak kekurangan dan keterbatasan yang dimiliki, oleh karena itu diharapkan saran dan kritik membangun dari semua pihak. Semoga karya ini bisa bermanfaat bagi banyak orang.

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/penggunaan akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



Surabaya, 22 Februari 2024

Peneliti

DAFTAR ISI

COVER	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
BAHAGIAN I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAHAGIAN II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 <i>Perceived Ease of Use</i>	9
2.1.1.1 Definisi <i>Perceived Ease of Use</i>	9
2.1.1.2 Aspek <i>Perceived Ease of Use</i>	9
2.1.1.3 Indikator <i>Perceived Ease of Use</i>	10
2.1.2 <i>Perceived Usefulness</i>	11
2.1.2.1 Definisi <i>Perceived Usefulness</i>	11
2.1.2.2 Aspek <i>Perceived Usefulness</i>	11
2.1.2.3 Indikator <i>Perceived Usefulness</i>	12
2.1.3 <i>Price</i>	13
2.1.3.1 Definisi <i>Price</i>	13
2.1.3.2 Tujuan Penetapan <i>Price</i>	14
2.1.3.3 Faktor Penetapan <i>Price</i>	14
2.1.3.4 Metode Penetapan <i>Price</i>	15
2.1.3.5 Dimensi <i>Price</i>	15
2.1.3.6 Cara menetapkan <i>Price</i>	15
2.1.3.7 Indikator <i>Price</i>	16
2.1.4 <i>Repurchase Intention</i>	16
2.1.4.1 Definisi <i>Repurchase Intention</i>	16
2.1.4.2 Indikator <i>Repurchase Intention</i>	17
2.2 Pengaruh Antar Variabel	17
2.2.1 Pengaruh <i>Perceived Ease Of Use</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	17
2.2.2 Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	17
2.2.3 Pengaruh <i>Price</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	18

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran hak cipta akan dituntut sesuai undang-undang yang berlaku.





2.3	Penelitian Terdahulu	18
2.3.1	Penelitian Terdahulu 1	18
2.3.2	Penelitian Terdahulu 2	19
2.3.3	Penelitian Terdahulu 3	21
2.3.4	Penelitian Terdahulu 4	22
2.3.5	Penelitian Terdahulu 5	23
2.4	Rerangka Pemikiran.....	24
2.5	Kerangka Konseptual.....	26
2.6	Hipotesis	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		27
3.1	Objek Penelitian	27
3.2	Pendekatan Penelitian dan Sumber Data	27
3.2.1	Pendekatan Penelitian	27
3.2.2	Sumber Data	27
3.3	Variabel Penelitian	28
3.4	Definisi Operasional Variabel	29
3.4.1	Definisi Operasional Variabel Bebas	29
3.4.1.1	<i>Perceived Ease of Use</i>	29
3.4.1.2	<i>Perceived Usefulness</i>	30
3.4.1.3	<i>Price</i>	30
3.4.2	Definisi Operasional Variabel Terikat	31
3.4.2.1	Repurchase Intention.....	31
3.5	Populasi dan Sampel.....	31
3.5.1	Populasi	31
3.5.2	Sampel.....	32
3.6	Metode dan Teknik Analisa	33
3.6.1	Metode Analisa Data.....	33
3.6.1.1	Kuesioner.....	33
3.6.1.2	Analisa Deskriptif	34
3.6.2	Teknik Analisa Data.....	34
3.6.2.1	Uji Validitas.....	34
3.6.2.2	Uji Reliabilitas	34
3.6.2.3	Uji Asumsi Klasik.....	35
3.6.3	Analisa Regresi Linear Berganda	37
3.6.4	Analisa Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R Square</i>)	37
3.6.5	Uji t	38
BAB IV HASIL PENELITIAN.....		40
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	40
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan Gojek di Indonesia.....	40
4.1.2	Visi dan Misi PT. Gojek Indonesia	41



4.1.2.1	Visi PT.Gojek Indonesia.....	41
4.1.2.2	Misi PT.Gojek Indonesia	41
4.1.3	Logo PT. Gojek Indonesia	41
4.1.4	Tiga Pilar PT. Gojek Indonesia.....	43
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	43
4.2.1	Karakteristik Responden	44
4.2.1.1	Usia	44
4.2.1.2	Domisili.....	45
4.2.2	Deskripsi Jawaban Responden	45
4.3	Uji Kuesioner	49
4.3.1	Uji Validitas.....	49
4.3.2	Uji Reliabilitas	50
4.4	Uji Asumsi Klasik	51
4.4.1	Uji Normalitas	51
4.4.2	Uji Multikolinearitas	52
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas	52
4.5	Analisa Regresi Linear Berganda	53
4.5.1	Analisis Koefisien Determinasi (Adjusted R Square).....	54
4.5.2	Uji t.....	55
BAB V	PENUTUP	60
5.1	Simpulan	60
5.2	Saran.....	61
5.2.1	Bagi Gojek.....	61
5.2.2	Bagi Penelitian Selanjutnya.....	61
DAFTAR PUSTAKA	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna E-Commerce di Indonesia (2018-2027).....	2
Gambar 1. 2 Perkembangan Bisnis Gojek vs Grab.....	3
Gambar 2. 1 Rerangka Pemikiran.....	25
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual	26
Gambar 4. 1 Logo Gojek.....	42
Gambar 4. 2 Tampilan Aplikasi Go-Jek.....	43
Gambar 4. 3 Hasil Uji Normalitas	51
Gambar 4. 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	55
Gambar 4. 5 Kurva Distribusi Uji t Variabel Perceived Ease of Use (X1)	59
Gambar 4. 6 Kurva Distribusi Uji t Variabel Perceived Usefulness(X2).....	61
Gambar 4. 7 Kurva Distribusi Uji t Variabel Price (X3).....	62

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Gagal cetak/penggunaan/pengalokasian gambar akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Perbedaan Penelitian Sekarang dengan Penelitian Terdahulu:	19
Tabel 2. 2 Perbedaan Penelitian Sekarang dengan Penelitian Terdahulu:	20
Tabel 2. 3 Perbedaan Penelitian Sekarang dengan Penelitian Terdahulu:	21
Tabel 2. 4 Perbedaan Penelitian Sekarang dengan Penelitian Terdahulu:	23
Tabel 2. 5 Perbedaan Penelitian Sekarang dengan Penelitian Terdahulu:	24
Tabel 3. 1 Instrumen Skala Likert.....	33
Tabel 3. 2 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	38
Tabel 4. 1 Usia Responden.....	44
Tabel 4. 2 Domisili	45
Tabel 4. 3 Rentang Jawaban dari Responden	45
Tabel 4. 4 Hasil Jawaban Kuesioner X1 (<i>Perceived Ease of Use</i>)	46
Tabel 4. 5 Hasil Jawaban Kuesioner X2 (<i>Perceived Usefulness</i>)	47
Tabel 4. 6 Hasil Jawaban Kuesioner X3 (<i>Price</i>).....	48
Tabel 4. 7 Hasil Jawaban Kuesioner Y (<i>Repurchase Intention</i>).....	48
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas	50
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas.....	51
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	52
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	53
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Koefisien Determinasi.....	55
Tabel 4. 13 Hasil Uji t.....	56



Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. Kartu Bimbingan Skripsi

LAMPIRAN 2. Kuesioner Penelitian

LAMPIRAN 3. Data Responden

LAMPIRAN 4. Rekapitulasi Data Hasil Kuesioner

LAMPIRAN 5. Uji Distribusi Frekuensi

LAMPIRAN 6. Uji Deskriptif

LAMPIRAN 7. Uji Validitas

LAMPIRAN 8. Uji Reliabilitas

LAMPIRAN 9. Uji Normalitas dan Heteroskedastisitas

LAMPIRAN 10. Uji Multikolinearitas dan Koefisien Determinasi

LAMPIRAN 11. Uji Regresi Linear Berganda dan Uji t

LAMPIRAN 12. Tabel r

LAMPIRAN 13. Tabel t

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/magiat akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



ABSTRAK

Perkembangan internet yang begitu pesat di Indonesia memicu berkembangnya *E-Commerce*. Perkembangan *E-Commerce* ini merupakan fenomena yang menarik untuk di cermati terutama dengan berkembangnya perusahaan-perusahaan *E-Commerce* di berbagai bidang seperti bidang transportasi. Persaingan perusahaan-perusahaan *E-Commerce* di bidang transportasi yang begitu sangat pesat, menuntut setiap perusahaan memahami berbagai aspek penting yang dapat mempengaruhi niat pelanggan untuk melakukan pembelian kembali. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness* dan *Price* berpengaruh terhadap *Repurchase intention* jasa Gojek di Kota Surabaya. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data yang dilakukan menggunakan metode penyebaran kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Gojek di Kota Surabaya. Peneliti menggunakan metode *purposive sampling*. Jumlah sampel yang akan diteliti sebesar 96 responden dengan kriteria sudah melakukan pemesanan jasa Gojek minimal sekali. Data penelitian diolah menggunakan SPSS versi 23. Hasil analisis data menunjukkan bahwa semua item pernyataan masing masing variabel dalam kuesioner dinyatakan valid dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar 0,1654, semua variabel dinyatakan reliabel dengan nilai Cronbach's $\alpha > 0,60$. Hasil P-P *Plot* Uji Normalitas menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian berdistribusi normal. Hasil Uji Multikolinearitas menunjukkan tidak terjadi gejala multikolinearitas antar variabel independen pada model regresi dengan nilai tolerance $\geq 0,10$ dan VIF ≤ 10 . Hasil Uji Heteroskedastisitas menunjukkan tidak terjadi gejala heterokedastisitas pada model regresi karena tidak ada bentuk pola yang jelas dan adanya sebaran titik-titik di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hasil persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah $Y = 4.364 + 0.046.X1 + 1.102.X2 + 0.415.X3$, besarnya pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness* dan *Price* terhadap *Repurchase Intention* jasa Gojek di Kota Surabaya, berdasarkan nilai Adjusted *Rsquare* adalah sebesar 72,6%. Hasil analisis data Uji t menunjukkan bahwa (1) *Perceived Ease of Use* tidak berpengaruh terhadap *Repurchase intention* dengan $t_{hitung} 1,186 < t_{tabel} 1,986$ dan signifikansi $0,239 > 0,050$, (2) *Perceived Usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *Repurchase Intention* dengan $t_{hitung} 12,220 > 1,986$ dan signifikansi $0,000 < 0,050$., (3) *Price* berpengaruh signifikan terhadap *Repurchase Intention* dengan $t_{hitung} 4,734 > 1,986$ dan signifikansi $0,000 < 0,050$.

Kata kunci: *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *Price*, *Repurchase Intention*

ABSTRACT

The rapid development of the internet in Indonesia has triggered the development of E-Commerce. The development of E-Commerce is an interesting phenomenon to observe, especially with the development of E-Commerce companies in various fields such as the transportation sector. Competition between E-Commerce companies in the transportation sector requires every company to understand various important aspects that can influence customers' intentions to make repeat purchases. The purpose of this research was to determine whether perceived ease of use, perceived usefulness and price influence on Repurchase intention Gojek services in the city of Surabaya. This research is quantitative research with data collection techniques carried out using the questionnaire distribution method. The population in this study were Gojek users in the city of Surabaya. Researchers use methodspurposive sampling. The number of samples to be studied is 96 respondents with the criteria of having ordered Gojek services at least once. The research data was processed using SPSS version 23. The results of data analysis showed that all statement items for each variable in the questionnaire were declared valid with $r_{count} > r_{table}$ of 0.1654, all variables were declared reliable with a cronbac'h alpha value > 0.60 . The results of the P-P Normality Test Plot showed that the data used in the study were normally distributed. The results of the Multicollinearity Test showed that there were no symptoms of multicollinearity between independent variables in the regression model with a tolerance value of ≥ 0.10 and a VIF of ≤ 10 . The results of the Heteroscedasticity Test showed that there was no heteroscedasticity in the regression model because there was no clear pattern shape and the distribution of dots above and below the number 0 on the Y axis. Results of the multiple linear regression equation in this study were $Y = 4.364 + 0.046.X1 + 1.102.X2 + 0.415.X3$, the magnitude of the effectperceived ease of use, perceived usefulness andprice to Repurchase Intention Gojek services in the city of Surabaya, based on the Adjusted Rsquare value, is 72.6%. %. The results of the t test data analysis show that (1) Perceived ease of use had no effect on Repurchase intention with $t_{count} 1.186 < 1.986$ and a significance $0.239 > 0.050$, (2) Perceived usefulness significant effect on Repurchase Intention with $t_{count} 12.220 > 1.986$ and had a significant $0.000 < 0.050$., (3) Price had a significant effect on Repurchase Intention with $t_{count} 4.734 > 1.986$ and significance $0.000 < 0.050$.

Keywords: Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Price, Repurchase Intention