

# **Pengaruh Trust dan Commitment Terhadap Minat Beli dan Perilaku Berbelanja Online pada Tiktok Shop**

## **Tugas Akhir**

Diajukan untuk memenuhi persyaratan mencapai derajat Sarjana Sistem  
Informasi



**Puspita Mahanani**

**NPM: 191710259**

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
2023**

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Berjudul

PENGARUH TRUST DAN COMMITMENT TERHADAP MINAT BELI DAN PERILAKU BERBELANJA ONLINE  
PADA TIKTOK SHOP

yang disusun oleh

Puspita Mahanani

191710259

dinyatakan telah memenuhi syarat pada tanggal 25 Juli 2023

		Keterangan
Dosen Pembimbing 1	: Putri Nastiti, S.Kom., M.Eng.	Telah Menyetujui
Dosen Pembimbing 2	: Elisabeth Marsella, S.S., M.Li.	Telah Menyetujui
Tim Penguji		
Penguji 1	: Putri Nastiti, S.Kom., M.Eng.	Telah Menyetujui
Penguji 2	: Yohanes Priadi Wibisono, S.T., M.M.	Telah Menyetujui
Penguji 3	: Julius Galih Prima Negara, S.Kom, M.T.I	Telah Menyetujui

Yogyakarta, 25 Juli 2023

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Teknologi Industri

Dekan

ttd.

Dr. A. Teguh Siswanto, M.Sc.

Dokumen ini merupakan dokumen resmi UAJY yang tidak memerlukan tanda tangan karena dihasilkan secara elektronik oleh Sistem Bimbingan UAJY. UAJY bertanggung jawab penuh atas informasi yang tertera di dalam dokumen ini

**LEMBAR PENYATAAN**  
**Orisinalitas & Publikasi Ilmiah**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Puspita Mahanani  
NPM : 191710259  
Program Studi : Sistem Informasi  
Fakultas : Teknologi Industri  
Judul Penelitian : Pengaruh Trust dan Commitment Terhadap Minat  
Beli dan Perilaku Berbelanja Online pada Tiktok  
Shop

Menyatakan dengan ini:

1. Skripsi ini adalah benar merupakan hasil karya sendiri dan tidak merupakan salinan sebagian atau keseluruhan dari karya orang lain.
2. Memberikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta, berupa Hak Bebas Royalti non eksklusif (*Non-Exclusive-Royalty-Free Right*) atas Penelitian ini, dan berhak menyimpan, mengelola dalam pangkalan data, mendistribusikan, serta menampilkan untuk kepentingan akademis, tanpa perlu meminta izin selama tetap mencantumkan nama penulis.
3. Bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum yang mengikuti atas pelanggaran Hak Cipta dalam pembuatan Skripsi ini.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 10 Juli 2023  
Yang menyatakan,

Puspita Mahanani  
191710259

## PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas seluruh berkat dan rahmat yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Pengaruh Trust dan Commitment Terhadap Minat Beli dan Perilaku berbelanja Online pada Tiktok Shop” dengan baik. Penulisan Tugas Akhir ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, penulis mendapatkan banyak bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, baik secara materi maupun non-materi. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, penyertaan, serta rahmat-Nya kepada penulis.
2. Orang tua serta ceceku Wulan, cece Meme, dan Ko Yoshua yang selalu mendoakan, mendukung, dan memberi semangat kepada penulis.
3. Bapak Yohanes Priadi Wibisono, S.T., M.M. selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta dan selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan arahan dan motivasi kepada penulis.
4. Ibu Putri Nastiti, S.Kom., M.Eng. selaku Dosen Pembimbing I penulis yang telah membimbing dan memberikan masukan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Ibu Elisabeth Marsella, S.S., M.Li. selaku Dosen Pembimbing II penulis yang telah membimbing dan memberikan masukan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Seluruh Dosen Prodi Sistem Informasi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan ilmu kepada penulis.
7. Untuk teman seperjuangan yang sedang menyelesaikan tugas akhir, Lidia Amelia, Frenzen Chanesha, Stefent Tauran, Vincentius Claudio, Yohanes

Malvin, dan Lukas William semoga dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik dan dapat sukses dimasa depan.

8. Teman-teman ku (Brigitta Aldheane Kevasya, Jorgen, Thomas Quincy Padawangi, Tri Wahyono, Andika Kairupan) yang sudah membantu penulis.
9. Untuk teman SMAku, Jessica Sharon Hartono, Monica Adenia Moy, Kezia Audrey, Vina Novita, Michelle, Agnes Amelia, Kevin Surya, dan Davin yang senantiasa mendukung, menemani dan memberikan arahan selama mengerjakan tugas akhir.
10. Seluruh Responden yang telah membantu penulis dalam mengisi kuesioner untuk memenuhi data dalam tugas akhir ini.
11. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penyusunan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, penulis terbuka untuk segala jenis kritik dan saran untuk pengerjaan yang lebih baik nantinya. Akhir kata, penulis mengharapkan agar Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi khalayak luas.

Yogyakarta, 19 Juni 2023

Puspita Mahanani

191710259

## ABSTRAK

Penelitian ini ditujukan untuk menganalisis dan mengetahui berbagai faktor yang dapat mempengaruhi minat beli dalam menggunakan Tiktok Shop. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik purposive sampling dalam mengumpulkan responden. Jumlah sampel data yang digunakan pada penelitian yaitu 384 data, kemudian dilakukan analisis data dengan menggunakan SEM-PLS. Model penelitian ini menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Pengujian dilakukan dengan menganalisis pengaruh antar variabel yang meliputi : (1) *perceived ease of use* berpengaruh positif signifikan terhadap *purchase intention social commerce* Tiktok Shop, (2) *perceived usefulness* berpengaruh positif signifikan terhadap *purchase intention social commerce* Tiktok Shop, (3) *trust* berpengaruh positif signifikan terhadap *purchase intention social commerce* Tiktok Shop, (4) *perceived risk* berpengaruh positif signifikan terhadap *purchase intention social commerce* Tiktok Shop, (5) *commitment* berpengaruh positif signifikan terhadap *purchase intention social commerce* Tiktok Shop, (6) *purchase intention* berpengaruh positif signifikan terhadap *online shopping behavior social commerce* Tiktok Shop.

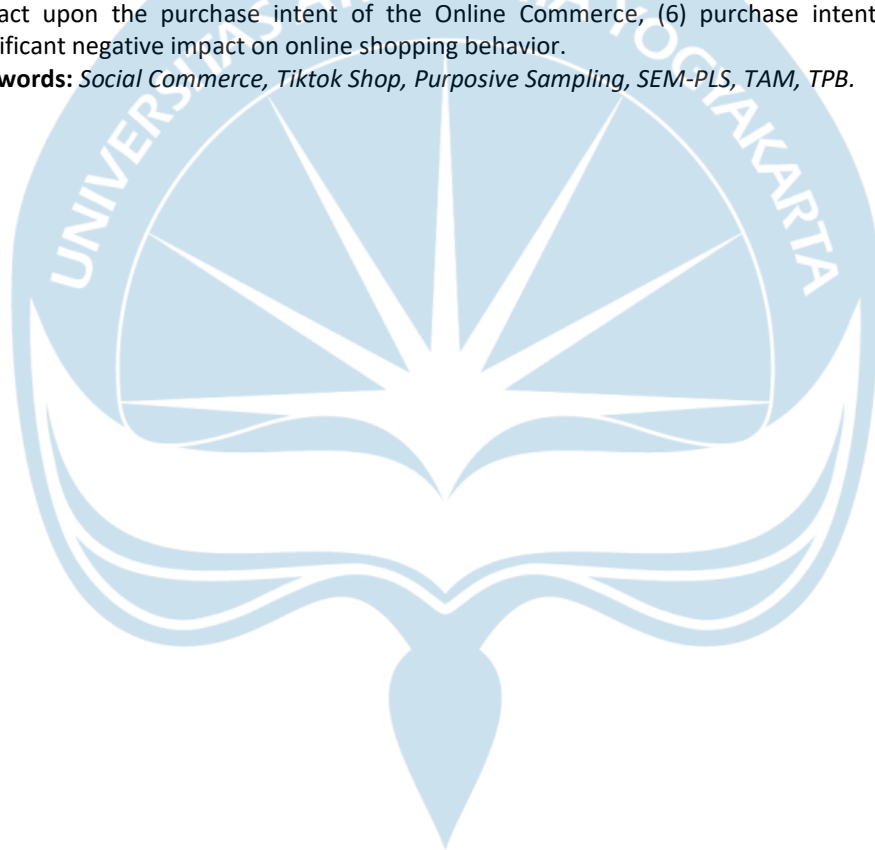
**Kata Kunci:** *Social Commerce, Tiktok Shop, Purposive Sampling, SEM-PLS, TAM, TPB.*



## ABSTRACT

This research is aimed at analyzing and knowing the various factors that can affect the purchase interest in using Tiktok Shop. The study used quantitative methods with purposive sampling techniques in collecting respondents. The total sample data used in the study is 384 data, then data analysis is carried out using SEM-PLS. Technology Acceptance Model (TAM) and Theory of Planned Behavior (TPB). The testing is carried out by analyzing the influence between variables that include: (1) perceived ease of use has a significant positive impact on the purchase intention social commerce of the Shop, (2) perceived usefulness has a meaningful positive effect on the purchasing intention of the Social Commerce Shop, (3) trust has a positive impact significantly on the online shopping intention, (4) perceived risk has a substantial positive influence on the Purchase Intention social Commerce of the Store, (5) commitment has a considerable positive impact upon the purchase intent of the Online Commerce, (6) purchase intentions have a significant negative impact on online shopping behavior.

**Keywords:** *Social Commerce, Tiktok Shop, Purposive Sampling, SEM-PLS, TAM, TPB.*



## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	iv
ABSTRACT.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>6</b>
1.1. Latar Belakang.....	6
1.2. Perumusan Masalah .....	10
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	10
1.4. Tujuan.....	10
1.5. Batasan Masalah .....	10
1.6. Manfaat Penelitian .....	11
1.7. Bagan Keterkaitan .....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>13</b>
2.1. Studi Sebelumnya .....	13
2.2. Dasar Teori.....	18
2.2.1. Social Commerce .....	18
2.2.2. Tiktok Shop .....	19
2.2.3. Perilaku Berbelanja Online .....	19
2.2.4. Minat Beli .....	19
2.2.5. Technology Acceptance Model (TAM) .....	20
2.2.6. Theory of Planned Behavior (TPB).....	21
2.2.7. Metode TAM dan TPB.....	22
2.2.8. Trust (Kepercayaan).....	23
2.2.9. Commitment .....	23
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
3.1 Waktu Penelitian .....	31
3.2 Tahapan Penelitian .....	31
3.3 Studi Literatur .....	31
3.4 Pengumpulan Data .....	32
3.5 Penyusunan Hipotesis.....	33



3.6	Model Penelitian .....	36
3.7	Konstruk Penelitian .....	36
3.8	Pengolahan Data .....	39
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>43</b>
4.1.	Demografi Responden .....	43
4.1.1	Jenis Kelamin .....	43
4.1.2	Usia .....	44
4.1.3	Domisili.....	44
4.1.4	Frekuensi Berbelanja menggunakan Tiktok Shop dalam Sebulan.....	45
4.2.	Analisis Data.....	46
4.2.1.	Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	46
4.2.2.	Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	53
4.2.3.	Interpretasi Hasil Evaluasi Outer Model (Model Pengukuran) .....	57
4.2.4.	Interpretasi Hasil Evaluasi Inner Model (Model Pengukuran) .....	58
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>62</b>
5.1.	Kesimpulan.....	62
5.2.	Saran.....	63
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>1</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Bagan Keterkaitan .....	12
Gambar 2.1 Model TAM diusulkan oleh Fred .....	20
Gambar 2. 2 Model Theory of Planned Behavior .....	22
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian.....	31
Gambar 3.2 Model Penelitian .....	36
Gambar 4.1 Diagram Lingkaran Jenis Kelamin.....	43
Gambar 4.2 Diagram Lingkaran Usia.....	44
Gambar 4.3 Diagram Lingkaran Domisili.....	45
Gambar 4.4 Diagram Lingkaran Berbelanja Tiktok Shop .....	46
Gambar 4.5 Diagram Model Penelitian .....	47
Gambar 4.6 Uji Loading Factor.....	49

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Studi Sebelumnya .....	16
Tabel 3.1 Hipotesis Penelitian .....	35
Tabel 3.2 Konstruk Penelitian .....	37
Tabel 3.3 <i>Outer Model</i> .....	40
Tabel 3.4 <i>Inner Model</i> .....	41
Tabel 4.1 Pengujian <i>Loading Factor</i> Pertama .....	48
Tabel 4.3 <i>Average Variance Extracted</i> .....	49
Tabel 4.4 <i>Fornell-Lacker Criterion</i> .....	50
Tabel 4.5 <i>Cross Loading</i> .....	51
Tabel 4.6 <i>Composite Reliability</i> .....	52
Tabel 4.7 Cronbach's Alpha.....	53
Tabel 4.8 R-Square .....	53
Tabel 4.9 <i>Predictive Relevance</i> .....	54
Tabel 4.10 Pengujian Hipotesis .....	55
Tabel 4.11 Rangkuman Uji Hipotesis .....	56