

PENGARUH *TECHNOLOGY ACCAPTENCE MODEL*, *RITUAL AND INSTRUMENTAL USE* TERHADAP SIKAP DAN NIAT PEMBELIAN *LIVE STREAMING TIKTOK SHOP*

Skripsi

**Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana
Manajemen (S1) Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



Disusun oleh:

Michael Wahyu Arbiansyah Soetrisno

NPM: 19 03 25031

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

2023

**PENGARUH *TECHNOLOGY ACCAPTENCE MODEL*, *RITUAL*
AND INSTRUMENTAL USE TERHADAP SIKAP DAN NIAT
PEMBELIAN *LIVE STREAMING TIKTOK SHOP***



Disusun oleh:

Michael Wahyu Arbiansyah Soetrisno

NPM: 19 03 25031

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing

Nadia Nila Sari, S.E., MBA.

Skripsi

PENGARUH *TECHNOLOGY ACCAPTENCE MODEL, RITUAL AND INSTRUMENTAL USE* TERHADAP SIKAP DAN NIAT PEMBELIAN *LIVE STREAMING TIKTOK SHOP*

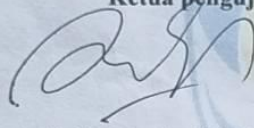
Yang telah dipersiapkan dan disusun oleh

Michael Wahyu Arbiansyah Soetrisno
NPM: 190325031

Telah dipertahankan didepan Panitia Penguji
Pada tanggal 15 September 2023
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu
persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)
Program Studi Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua penguji



W. Mahestu N. Krisjanti, SE, MSc. IB., Ph.D.

Anggota Panitia Penguji



Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si.



Nadia Nila Sari, SE., MBA.

Yogyakarta Oktober 2023

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



W. Mahestu N. Krisjanti, SE, MSc. IB., Ph.D.

FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

”PENGARUH *TECHNOLOGY ACCAPTENCE MODEL, RITUAL AND INSTRUMENTAL USE* TERHADAP SIKAP DAN NIAT PEMBELIAN *LIVE STREAMING TIKTOK SHOP*”

Adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri. Dari segala pernyataan, ide, maupun kutipan secara langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain, telah saya cantumkan secara tertulis di skripsi ini di dalam bagian daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi baik pada skripsi yang saya miliki , Maka, gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 10 Agustus 2023

Yang menyatakan



Michael Wahyu A.S

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yesus atas segala berkat, karunia dan kemurahan-Nya, sehingga peneliti dapat diberikan kesempatan untuk menyelesaikan masa studi dari awal semester hingga penulisan dalam penelitian skripsi ini. Penelitian dengan judul “pengaruh *Technology Accaptence Model, ritual and Instrumental Use* terhadap sikap dan niat pembelian *live streaming TikTok shop*” dilakukan untuk pemenuhan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) Manajemen di Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dengan terselesaikannya penelitian ini, peneliti juga menyadari bahwa terdapat pihak yang secara tidak langsung mendukung dan membimbing penulisan skripsi hingga akhir ini. Melalui kesempatan ini, peneliti ini mengucapkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak yang telah menemani, membimbing dan memberi dukungan penuh dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini, antara lain:

1. Tuhan Yesus, yang telah memberikan berkat serta pencurahan roh kudus, sehingga peneliti diberikan kesehatan, kemudahan, kelancaran dan selalu setia menemani peneliti didalam keadaan apapun.
2. Orang tua saya yang selalu mendoakan, memberi semangat, dan memberikan dukungan baik materi dan moral tanpa henti, sehingga peneliti selalu bersemangat untuk berhasil menyelesaikan masa studi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
3. Ibu Nadia Nila Sari, SE., MBA. Selaku dosen pembimbing yang sudah sabar dan telah menyediakan waktu dan seluruh tenaga untuk memberi saran dan kritik dalam proses penyusunan proses penelitian ini. Sehingga peneliti berhasil menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
4. Seluruh dosen, karyawan dan staff FBE UAJY yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang sangat berarti kepada peneliti selama empat tahun mengemban studi di FBE UAJY.
5. Keluarga besar Desain Komunikasi dan Visual (DKV) tahun 2017-2022, yang telah memberikan banyak sekali pengalaman dan kenangan selama berdinamika di organisasi HMPSM divisi DKV.

6. Teman- teman dari Teguh , Majelis Talim, dan Toxic yang menjadi teman seperjuangan peneliti dari semester satu hingga semester delapan, melalui segala kekompakan dan kesolidan, sehingga bisa untuk tetap saling menguatkan dan membantu dalam keadaan apapun selama perkuliahan.
7. Kelompok KKN 82 UAJY kelompok 01. Yang telah berjuang bersama menjalankan setiap program kerja Kuliah Kerja Nyata dan menjadi kelompok yang nyaman selama menjalankan kegiatan KKN.
8. Seluruh responden yang telah membantu dalam pengisian kuesioner ini, sehingga penelitian ini dapat berjalan dan terselesaikan dengan lancar.
9. Semua pihak yang berkaitan dengan peneliti yang tidak dapat disebutkan satu- persatu yang telah memberikan dukungan, doa, penyemangat sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini.
10. Terakhir, saya juga mengucapkan kepada diri saya sendiri, karena telah berjuang dan berkembang hingga sekarang.

Terlepas dari penelitian yang saya buat, saya juga menyadari ketidaksempurnaan. Sehingga, apabila nantinya terdapat kritik dan saran yang bertujuan untuk membangun penelitian ini menjadi lebih sempurna akan saya terima dengan senang hati. Saya pun berharap, penelitian ini dapat memberi manfaat kepada seluruh pembaca dan memberi referensi kepada peneliti selanjutnya. Sekian, saya ucapkan banyak terima kasih.

Yogyakarta, 10 Agustus 2023

Yang menyatakan



Michael Wahyu A.S

MOTTO

“Skripsi yang baik adalah skripsi yang selesai”

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
MOTTO	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II	11
Tinjauan Pustaka	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Persepsi Kemudahan Penggunaan (<i>Perceived Ease of Use</i>)	11
2.1.2 Persepsi Kegunaan (<i>Perceived Usefulness</i>).....	12
2.1.3 Penggunaan Ritual (<i>Ritualized Use</i>).....	13
2.1.4 Penggunaan Instrumental (<i>Instrumental Use</i>)	13
2.1.5 Sikap Terhadap <i>Live streaming</i> (<i>Attitude Towards Live streaming</i>).....	14
2.1.6 Niat Pembelian (<i>Purchase Intention</i>)	16
2.2 Penelitian Terdahulu	18
2.3 Pengembangan Hipotesis	30
2.3 Kerangka Penelitian	37
BAB III.....	38
METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1 Jenis Penelitian.....	38

3.2	Objek, Subjek, dan Tempat Penelitian	38
3.3	Populasi Dan Sampel	39
3.4	Metode Pengumpulan Data	41
3.5	Definisi Operasional.....	42
3.6	Pengukuran Data	46
3.7	Metode Analisis Data.....	47
3.7.3	Alat Analisis.....	52
BAB IV		59
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		59
4.1	Pengantar	59
4.2	Hasil Statistik Deskriptif Profil Responden	59
4.3	Analisis Deskriptif.....	64
4.4	Hasil Analisis <i>Partial Least Squared (PLS)</i>	73
4.5	Pembahasan Hipotesis.....	95
BAB V		107
PENUTUP		107
5.1	Kesimpulan.....	107
5.2	Implikasi Manajerial	109
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	113
5.4	Saran Penelitian Kedepannya.....	113
DAFTAR PUSTAKA.....		115
LAMPIRAN		128

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1 Data pengguna TikTok.....	2
GAMBAR 1.2 Data pertumbuhan pengguna TikTok.....	3
GAMBAR 1.3 Contoh <i>live streaming</i> TikTtok <i>shop</i>	5
GAMBAR 2.1 Kerangka Penelitian	37
GAMBAR 4.2 Model Struktural <i>PLS Alogarithm</i>	77
GAMBAR 4.3 Model Struktural <i>Bootstraping Calculation</i>	83
GAMBAR 3.1 Pola uji mediasi	50
GAMBAR 3.2 Pengelompokan Mediasi	51
GAMBAR 4.4 Peran persepsi kemudahan penggunaan (<i>Perceived Ease of Use</i>), sikap terhadap <i>live streaming</i> (<i>Attitude Towards Live Streaming</i>), dan niat pembelian (<i>Purchase Intention</i>). ...	89
GAMBAR 4.5 Peran persepsi kegunaan (<i>Perceived Usefulness</i>), sikap terhadap <i>live streaming</i> (<i>Attitude Towards Live Streaming</i>), dan niat pembelian (<i>Purchase Intention</i>).	90
GAMBAR 4.6 Peran penggunaan ritual (<i>Ritualized Use</i>), sikap terhadap <i>live streaming</i> (<i>Attitude Towards Live Streaming</i>), dan niat pembelian (<i>Purchase Intention</i>).	92
GAMBAR 4.7 Peran penggunaan instrumental (<i>Instrumental Use</i>), sikap terhadap <i>live streaming</i> (<i>Attitude Towards Live Streaming</i>), dan niat pembelian (<i>Purchase Intention</i>).	93
GAMBAR 4.8 Peran persepsi kegunaan (<i>Perceived Usefulness</i>), persepsi kemudahan penggunaan (<i>Perceived Ease of Use</i>), dan niat pembelian (<i>Purchase Intention</i>).....	94

DAFTAR TABEL

TABEL 1.1 Data sepuluh aplikasi dengan pengguna terbanyak di Indonesia.....	3
TABEL 2.1 Penelitian terdahulu.....	17
TABEL 3.1 Definisi operasional variabel	42
TABEL 3.2 Tabel skala <i>likert</i>	47
TABEL 3.3 Perhitungan interval kelas	48
TABEL 4.1 Responden yang mengetahui Fitur <i>Live Streaming</i> TikTok <i>shop</i>	59
TABEL 4.2 Responden yang merupakan pengguna aktif media sosial TikTok dalam kurun waktu 1 tahun terakhir	59
TABEL 4.3 Responden yang pernah menonton/menggunakan fitur <i>live streaming</i> TikTok <i>shop</i> minimal satu kali dalam satu tahun terakhir.	60
TABEL 4.4 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.	61
TABEL 4.5 Profil Responden Berdasarkan Usia	61
TABEL 4.6 : Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	62
TABEL 4.7 Media Live Streaming Shopping Yang Sering Digunakan Responden.....	62
TABEL 4.8 Hasil Analisis Deskriptif Variabel persepsi kemudahan.....	64
TABEL 4.9 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Kegunaan (<i>Perceived Usefulness</i>)....	66
TABEL 4.10 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penggunaan Ritual (<i>Ritualized Use</i>).....	68
TABEL 4.11 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penggunaan Ritual (<i>Ritualized Use</i>).....	69
TABEL 4.12 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Sikap Terhadap Live Streaming (<i>Attitude Towards Live Streaming</i>).....	71
TABEL 4.13 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Niat Pembelian (<i>Purchase Intention</i>)	72
TABEL 4.14 Variabel Laten beserta Item Indikator Penelitian	76
TABEL 4.15 Nilai <i>Outer Loadings</i> (<i>Loading Factor</i>).....	78
TABEL 4.16 Nilai <i>Average Extracted</i> (<i>AVE</i>).....	79
TABEL 4.17 Nilai <i>Fornell Lacker Criterion</i>	80
TABEL 4.18 Nilai <i>Cross Loading</i>	81
TABEL 4.19 Nilai <i>Cronchbach Alpha</i> dan <i>Composite Reability</i>	81
TABEL 4.20 Nilai <i>R-Square</i> dan <i>Q-Square</i>	82
TABEL 4.21 <i>Path coefficient</i>	84

TABEL 4.22 <i>Special Indirect Effect</i>	88
TABEL 4.23 Hasil Uji Mediasi	90
TABEL 4.24 Hasil Uji Mediasi	91
TABEL 4.25 Hasil Uji Mediasi	92
TABEL 4.26 Hasil Uji Mediasi	94
TABEL 4.27 Hasil Uji Mediasi	95

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Surat Pengantar Kuisisioner	119
LAMPIRAN 2 Indikator Jurnal Utama.....	121
LAMPIRAN 3 Kuisisioner	124
LAMPIRAN 4 Kuisisioner Daring (<i>Google Form</i>)	128
LAMPIRAN 5 Hasil Pengisian Kuisisioner	139
LAMPIRAN 6 Hasil Olah Data <i>Smart-PLS</i>	157
LAMPIRAN 7 Struktur Kerangka <i>SEM</i>	167

PENGARUH *TECHNOLOGY ACCAPTENCE MODEL, RITUAL AND INSTRUMENTAL USE* TERHADAP SIKAP DAN NIAT PEMBELIAN *LIVE STREAMING TIKTOK SHOP*

**Michael Wahyu Arbiansyah Soetrisno
Nadia Nila Sari, S.E., MBA.**

**Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Jalan Babarsari 43-44, Yogyakarta**

Abstrak

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk menganalisis niat beli konsumen pada *live streaming* Tik Tok Shop. Total keseluruhan responden dalam penelitian ini sebanyak 157 responden yang berhasil memenuhi kriteria. Pengambilan sampel penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, dengan pemanfaatan Google Form sebagai media kuesioner. Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM)* dengan *software Partial Least Square (SmartPLS)*. Hasil yang didapatkan adalah persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap sikap terhadap *live streaming*, penggunaan ritual memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap niat pembelian, penggunaan instrumental memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap sikap terhadap *live streaming*, penggunaan instrumental memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap niat pembelian, sikap terhadap *live streaming* memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap niat pembelian, persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap persepsi kegunaan, sikap terhadap *live streaming* berhasil memediasi pengaruh dari penggunaan instrumental terhadap niat pembelian dengan status signifikan positif yang bersifat mediasi *Complementary*. Namun, tidak adanya pengaruh dari persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat pembelian, tidak adanya pengaruh dari persepsi kegunaan terhadap sikap terhadap *live streaming*, tidak adanya pengaruh dari persepsi kegunaan terhadap niat pembelian, tidak adanya pengaruh dari penggunaan ritual terhadap sikap terhadap *live streaming*, sikap terhadap *live streaming* tidak memediasi pengaruh dari persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat pembelian yang bersifat mediasi *indirect-only*, sikap terhadap *live streaming* tidak memediasi pengaruh dari persepsi kegunaan terhadap niat pembelian yang bersifat mediasi *No effect*, sikap terhadap *live streaming* tidak memediasi pengaruh dari penggunaan ritual terhadap niat pembelian yang bersifat mediasi *Direct-Only*, persepsi kegunaan tidak memediasi pengaruh dari persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat pembelian yang bersifat mediasi *No effect*.

Kata Kunci: persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, penggunaan ritual, penggunaan instrumental, sikap terhadap *live streaming*, niat pembelian.