

**PERAN *TRUST* DAN *SATISFACTION* MEMODERASI PENGARUH
PERCEIVED EASE OF USE, *PERCEIVED USEFULNESS* DAN
PERCEIVED RISK TERHADAP *CONTINUANCE INTENTION* PADA
PENGUNAAN APLIKASI *SOCIAL COMMERCE* FACEBOOK DI
WILAYAH JABODETABEK**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

Sarjana Manajemen



CARISSA JANUA HADIYATMA

1201001082

**PROGRAM STUDI STRATA SATU MANAGEMENT FAKULTAS
EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

UNIVERSITAS BAKRIE JAKARTA

2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan bena

Nama : Carissa Janua Hadiyatma

Nim : 1201001082

Tanda Tangan : 

Tanggal : 27 Agustus 2024

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Carissa Janua Hadiyatma

NIM : 1201001082

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial , Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dominica A. Widyastuti , S.E., M.M



Penguji 1 : Holila Hatta, S.pd., M



Penguji 2 : Ananda Fortunisa, S.E., M.S



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 27 Agustus 2024

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Dengan penuh rasa syukur, penulis panjatkan puji dan syukur kepada Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “ Peran *Trust* dan *Satisfaction* memoderasi pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness* dan *Perceived Risk* terhadap *Continuance Intention* pada Penggunaan aplikasi Social Commerce Facebook di wilayah Jabodetabek”. Tugas akhir ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) pada program studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie. Penulis sepenuhnya menyadari bahwa tugas ini tidak akan mungkin terselesaikan tanpa bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak yang telah tulus memberikan waktu, tenaga, dan perhatian mereka. Dengan segala hormat dan ketulusan, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini. Kehadiran dan dukungan mereka menjadi sumber inspirasi dan kekuatan yang tak ternilai, membuat perjalanan akademik ini semakin bermakna dan penuh cinta, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Dudi Rudianto, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas bakrie.
2. Prof. M. Taufiq Amir, SE., MM., ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen.
3. Ibu Dominica A. Widyastuti, SE., MM selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah bersedia meluangkan waktu, arahan dan dukungan yang bermanfaat dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
4. Ibu Holila Hatta S.pd., MM dan Ibu Ananda Fortunisa SE., M.Si selaku Dosen penguji Tugas Akhir yang telah bersedia meluangkan waktu dan perhatiannya sehingga membantu penulis dalam menyempurnakan penelitian ini dan mencapai tujuan akademik dengan lebih baik.
5. Kedua orang tua tercinta, penulis menyampaikan Terima kasih atas inspirasi, dukungan dan kasih sayang tak terhingga sepanjang perjalanan penulisan skripsi ini. Cinta dan perhatiannya telah menjadi sumber kekuatan

dan motivasi, mengisi setiap langkah penulis dengan kehangatan dan cinta yang abadi.

6. Seluruh keluarga besar, penulis menyampaikan ucapan Terima Kasih atas dukungan, kasih sayang dan perhatian kalian selama perjalanan penulisan skripsi ini. Cinta dan dorongan kalian menjadi cahaya yang menerangi setiap langkah.
7. Sahabat terdekat, penulis menyampaikan ucapan Terima Kasih atas dukungan dan kebersamaan yang tak ternilai selama proses penulisan skripsi ini membuat perjalanan ini lebih berarti dan penuh warna.
8. Seluruh responden, penulis menyampaikan ucapan Terima Kasih atas partisipasi dan kontribusi yang sangat berharga dalam penelitian ini. Kesediaan anda untuk berbagi pengalaman dan pendapat telah memberikan wawasan yang penting yang sangat mendukung kesuksesan penelitian ini.
9. Diri sendiri, Terima kasih atas perjuangan, tekad, dan ketulusan selama penulisan skripsi ini adalah bukti dari kekuatan dan dedikasi yang luar biasa. Setiap langkah yang diambil dan setiap tantangan yang dihadapi telah menjadi bagian dari perjalanan yang penuh makna. Terima kasih telah kuat serta telah sabar dan penuh cinta menyelesaikan setiap bagian dari perjalanan akademik ini.

Akhir kata, penulis penuh harap memohon agar Tuhan Yang Maha Esa membalas segala kebaikan dari semua pihak yang telah memberikan dukungan. Semoga berkat doa dan kebaikan tersebut, Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat yang berarti bagi pengembangan ilmu dan menjadi berkah bagi kita semua.

Jakarta, 02 Agustus 2024



Carissa Janua Hadiyatma

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Carissa Janua Hadiyatma

NIM 1201001082

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Hasil Penelitian

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul: *Peran Trust dan Satisfaction Memoderasi Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness dan Perceived Risk terhadap Continuance Intention Pada Penggunaan Aplikasi Social Commerce Faebook di Wilayah Jabodetabek*

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 27 Agustus 2024

Yang menyatakan



Carissa Janua Hadiyatma

**PERAN *TRUST* DAN *SATISFACTION* MEMODERASI PENGARUH
PERCEIVED EASE OF USE, *PERCEIVED USEFULNESS* DAN
PERCEIVED RISK TERHADAP *CONTINUANCE INTENTION* PADA
PENGUNAAN APLIKASI *SOCIAL COMMERCE* FACEBOOK DI
WILAYAH JABODETABEK**

Carissa Janua Hadiyatma

ABSTRAK

Continuance Intention adalah minat atau keinginan dari seorang individu untuk terus menggunakan sebuah sistem. Pada penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa kuat peran *Trust* dan *Satisfaction* memoderasi hubungan positif antara *perceived ease of use*, *perceived usefulness* dan *perceived risk* terhadap *continuance intention* pada aplikasi *social commerce* Facebook. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner ke 128 responden dan dibantu dengan metode analisis data menggunakan *Moderate Regression Analysis (MRA)* dan model lainnya yang digunakan untuk menjaga kualitas data dan menjawab hipotesis. Temuan pada penelitian ini adalah variabel antara *perceived ease of use*, *perceived usefulness* berpengaruh secara positif signifikan dan *perceived risk* berpengaruh secara negatif signifikan terhadap *continuance intention* dan variabel *trust* dan *satisfaction* dapat memoderasi hubungan antara variabel independen dan dependen. Penelitian ini bisa dimanfaatkan oleh para pelaku usaha maupun peneliti lain dalam lingkup penerimaan penggunaan teknologi untuk keperluan studi dan analisis.

Kata Kunci : *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Risk*, *Trust*, *Satisfaction*, *Social Commerce Facebook*

***THE ROLE OF TRUST AND SATISFACTION IN MODERATING THE
INFLUENCE OF PERCEIVED EASE OF USE, PERCEIVED
USEFULNESS, AND PERCEIVED RISK ON CONTINUANCE INTENTION
IN THE USE OF THE FACEBOOK SOCIAL COMMERCE APPLICATION
IN THE JABODETABEK AREA***

Carissa Janua Hadiyatma

ABSTRACT

Continuance Intention refers to an individual's desire or intention to continue using system. This study aims to determine the extent to which trust and satisfaction moderate the positive relationship between perceived ease of use, perceived usefulness, and perceived risk on continuance intention in the context of the Facebook social commerce application. The research employs a quantitative method by distributing questionnaires to 128 respondents, supported by data analysis using Moderate Regression Analysis (MRA) and other models to ensure data quality and test the hypotheses. The findings of this study indicate that perceived ease of use, perceived usefulness, and perceived risk have a positive and significant effect on continuance intention. Additionally, trust and satisfaction can moderate the relationship between the independent and dependent variables. This research can be utilized by business practitioners and other researchers within the scope of technology acceptance for study and analysis purposes.

***Kata Kunci : Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Perceived Risk ,
Trust, Satisfaction, Social Commerce Facebook***

DAFTAR ISI

COVER	I
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	19
1.3 Tujuan Penelitian	20
1.4 Manfaat Penelitian.....	21
1.4.1 Manfaat Secara Teoritis	21
1.4.2 Manfaat Secara Praktis	21
1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian.....	22
BAB II TINJAUAN TEORITIS	23
2.1 TINJAUAN PUSTAKA	23
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	23
2.1.2 <i>Social Commerce</i>	23
2.1.3 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	24
2.1.4 <i>Perceived Ease of Use</i>	25
2.1.5 <i>Perceived Usefulness</i>	26

2.1.6 <i>Perceived Risk</i>	28
2.1.7 <i>Trust</i>	30
2.1.8 <i>Satisfaction</i>	31
2.1.9 <i>Continuance Intention</i>	33
2.2 Hubungan antar variabel dan Hipotesis.....	34
2.2.1 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Continuance Intention</i>	34
2.3 Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Continuance Intention</i>	35
2.4 Pengaruh <i>Perceived Risk</i> Terhadap <i>Continuance Intention</i>	36
2.5 Peran <i>Trust</i> memoderasi pengaruh masing-masing variabel <i>Perceived Ease of Use</i> , <i>Perceived Usefulness</i> dan <i>Perceived Risk</i> terhadap <i>Continuance Intention</i>	37
2.6 Peran <i>Satisfaction</i> memoderasi pengaruh masing-masing variabel <i>Perceived Ease of Use</i> , <i>Perceived Usefulness</i> dan <i>Perceived Risk</i> terhadap <i>Continuance Intention</i>	38
2.3 Kerangka Penelitian	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	41
3.1 Desain Penelitian.....	41
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	41
3.3 Variabel Penelitian.....	41
3.4 Populasi dan Sampel	43
3.4.1 Populasi.....	43
3.4.2 Sampel	43
3.5 Instrumen Penelitian.....	45
3.6 Metode Pengumpulan data	55
3.6.1 Sumber Data	55
3.6.2 Skala Pengukuran	55
3.6.3 Teknik Pengumpulan Data.....	56

3.7 Teknik Analisis Data.....	56
3.8 Uji Kualitas Data	57
3.8.1 Uji Validitas	57
3.8.2 Uji Reliabilitas	57
3.9 Uji Asumsi Klasik	58
3.9.1 Uji Normalitas	58
3.9.2 Uji Multikolinearitas.....	59
3.9.3 Uji Heteroskedastitas	59
3.10 Uji Kelayakan Model	60
3.10.1 <i>Moderated Regression Analysis (MRA)</i>	60
3.11 Uji Hipotesis.....	62
3.11.1 Uji T	62
3.11.2 Uji F (Uji Simultan).....	62
3.11.3 Koefisien Determinasi (R ²).....	63
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	64
4.1 Hasil.....	64
4.1.1 Pre-Test	64
4.1.1.1 Uji Validitas.....	64
4.1.1.2 Uji Reliabilitas	67
4.1.2 Analisis Karakteristik Responden.....	68
4.1.3 Uji Asumsi Klasik.....	71
4.1.3.1 Uji Normalitas.....	71
4.1.3.2 Uji Multikolinearitas	73
4.1.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	74
4.1.4 <i>Moderated Regression Analysis (MRA)</i>	76
4.1.5 Uji Hipotesis	79

4.1.5.1 Uji T (pengaruh parsial)	79
4.1.5.2 Uji F (Pengaruh Simultan)	85
4.1.5.3 Koefisien Determinasi (r^2).....	87
4.2 Pembahasan	88
4.2.1 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> Terhadap <i>Continuance Intention</i>	88
4.2.2 Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> Terhadap <i>Continuance Intention</i>	90
4.2.3 Pengaruh <i>Perceived Risk</i> Terhadap <i>Continuance Intention</i>	92
4.2.4 Peran <i>Trust</i> Dalam Memoderasi Pengaruh:	94
4.2.5 Peran <i>Satisfaction</i> Dalam Memoderasi Pengaruh:.....	98
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	102
5.1 Kesimpulan.....	102
5.2 Saran	103
5.3 Keterbatasan Penelitian	104
BAB VI DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN.....	117

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia per Januari (2014-2024)..... 1
Gambar 1.2 Alasan Penggunaan Internet 3
Gambar 1.3 Aplikasi Media Sosial Paling Banyak digunakan Awal 2024 4
Gambar 1.4 Tampilan Facebook Marketplace 6
Gambar 1.5 Ulasan Negatif yang diberikan oleh pengguna Facebook 10
Gambar 2.1 Kerangka Ide Penelitian 40

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan Rating Sosial Media pada Android (Android Rank, 2024)	7
Tabel 1. 2 Perbandingan Rating Sosial Media pada iOS (Sensor Tower, 2024).....	8
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian	45
Tabel 3.2 Skala Likert	56
Tabel 4.1 Uji Validitas.....	64
Tabel 4.2 Uji Reliabilitas	68
Tabel 4.3 Karakteristik Responden	68
Tabel 4.4 Uji Normalitas	72
Tabel 4.5 Uji Multikolinearitas	73
Tabel 4.6 Uji Heteroskedastisitas	75
Tabel 4.7 Persamaan Model Uji Moderated Regresion Analysis (MRA).....	76
Tabel 4.8 Uji R Individual.....	78
Tabel 4.9 Uji T (Pengaruh Parsial).....	80
Tabel 4.10 Uji F (Pengaruh Simultan)	86
Tabel 4.11 Uji Koefisien Determinasi (r^2).....	87

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Tangkapan Layar Kuesioner	117
Lampiran 2. Hasil Uji Validitas.....	130
Lampiran 3. Hasil Uji Reliabilitas	147
Lampiran 4. Hasil Uji Asumsi Klasik	149
Lampiran 5. Hasil Uji Moderate Regresion Analysis	149