

Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceive Usefulness, Technology Self-Efficacy dan Perceived Trust terhadap Intention to Use Self-Checkout: Studi Kasus Uniqlo Indonesia (PIM 1)

TUGAS AKHIR



Siti Mardhiyah Nurur Raudhah

1211001071

PROGRAM STUDI STRATA SATU MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2025

Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceive Usefulness, Technology Self-Efficacy dan Perceived Trust terhadap Intention to Use Self-Checkout: Studi Kasus Uniqlo Indonesia (PIM 1)

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen**



Siti Mardhiyah Nurur Raudhah

1211001071

PROGRAM STUDI STRATA SATU MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2025

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Siti Mardhiyah Nurur Raudhah

NIM : 1211001071

Tanda Tangan : 

Tanggal : 24 Februari 2025

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Siti Mardhiyah Nurur Raudhah
NIM : 1211001071
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Perceive Usefulness*,
Technology Self-Efficacy dan *Perceived Trust* terhadap
Intention to Use Self-Checkout: Studi Kasus Uniqlo
Indonesia (PIM 1).

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Ananda Fortunisa, S.E., M.Si

Penguji 1 : Dr. Ir. Urip Sedyowidodo, MM, IPM.

Penguji 2 : Dr. Jerry Heikal, S.T, M.M

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 24 Februari 2025

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan berkat dan rahmat-Nya berupa kesehatan, kekuatan, dan inspirasi yang sangat banyak dalam proses penyelesaian skripsi ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana di Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Dudi Rudianto, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie;
2. Bapak Prof. M. Taufiq Amir, SE., MM., Ph.D selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Bakrie;
3. Ibu Ananda Fortunisa, S.E., M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, ilmu dan pengalaman hingga saya bisa menyelesaikan tugas akhir ini;
4. Bapak Dr. Jerry Heikal, S.T, M.M, selaku dosen penguji yang telah menyediakan waktu untuk memberikan masukan, arahan, dan saran untuk penulisan tugas akhir ini;
5. Bapak Dr. Ir. Urip Sedyowidodo, MM., IPM, selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan dan saran berharga untuk perbaikan skripsi ini;
6. Ibu Ratu (Ibu), Almarhum Ayah, dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan doa, semangat, dan dukungan material maupun moral;
7. Kepada sahabat penulis, Lestari Caniago yang telah memberikan dukungan dan semangat yang begitu berarti bagi penulis di masa-masa terberat selama penyusunan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi bagian dalam perjalanan penyusunan skripsi ini hingga selesai;

8. Kepada teman-teman pengurus Himpunan Mahasiswa Manajemen angkatan 2021 yang telah banyak memotivasi dan mengisi hari-hari penulis selama masa perkuliahan. Serta terima kasih atas suka dan duka yang telah kita lalui selama dua periode bersama, semoga kita semua menjadi orang yang sukses di karir masing-masing;

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif dari berbagai pihak guna meningkatkan kualitas dan penyempurnaan penelitian ini di masa depan. Semoga Skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu. Akhir kata, penulis berharap Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu.

Jakarta, 24 Februari 2025



Siti Mardhiyah Nurur Raudhah

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Siti Mardhiyah Nurur Raudhah
NIM : 1211001071
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *Technology Self-Efficacy*, dan *Perceived Trust* terhadap *Intention to Use Self-Checkout*: Studi Kasus Uniqlo Indonesia (PIM 1).

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 : 24 Februari 2025

Yang menyatakan



(Siti Mardhiyah Nurur Raudhah)

PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE*, *PERCEIVED USEFULNESS*, *TECHNOLOGY SELF-EFFICACY*, DAN *PERCEIVED TRUST* TERHADAP *INTENTION TO USE SELF-CHECKOUT*: STUDI KASUS UNIQLO INDONESIA (PIM 1)

Siti Mardhiyah Nurur Raudhah

ABSTRAK

Perkembangan teknologi dalam industri ritel mendorong adopsi sistem *self-checkout* sebagai alternatif layanan kasir konvensional. Namun, penerimaan pelanggan terhadap teknologi ini masih rendah, terutama di Indonesia, di mana sistem *self-service technology* belum sepenuhnya umum. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat pelanggan Uniqlo PIM 1 untuk menggunakan mesin *self-checkout*, dengan menggunakan kerangka teori TAM dan menambahkan variabel baru yang relevan, untuk menangkap pemahaman yang lebih komprehensif. Penelitian ini menganalisis pengaruh *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *technology self-efficacy*, dan *perceived trust* terhadap *intention to use*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan survei online untuk mengumpulkan data. Kuesioner disebarkan kepada konsumen Uniqlo di PIM 1, yang sebelumnya menggunakan mesin *self-checkout*. Hasil survei memperoleh sebanyak 105 responden yang valid. Pengujian ini dilakukan dengan Regresi Linear Berganda menggunakan SPSS versi 27. Temuan ini mengungkap bahwa keempat faktor berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *intention to use*, menekankan peran pentingnya dalam adopsi *self-checkout*. Temuan ini, berkontribusi pada penelitian tentang adopsi teknologi di ritel fashion. Studi selanjutnya dapat mengeksplorasi variabel tambahan dan faktor demografi, untuk memperdalam pemahaman tentang penerimaan *self-checkout*.

Kata kunci: *Self-checkout*, *Technology Acceptance Model*, *Technology Self-Efficacy*, *Perceived Trust*, retail.

***THE INFLUENCE OF PERCEIVED EASE OF USE, PERCEIVED USEFULNESS,
TECHNOLOGY SELF-EFFICACY, AND PERCEIVED TRUST ON INTENTION TO USE
SELF-CHECKOUT: A CASE STUDY OF UNIQLO INDONESIA (PIM 1)***

Siti Mardhiyah Nurur Raudhah

ABSTRACT

The advancement of technology in the retail industry has driven the adoption of self-checkout systems as an alternative to traditional cashier services. However, customer acceptance remains low, especially in Indonesia, where self-service technology systems are not yet widely adopted. This study aims to analyze the factors influencing Uniqlo PIM 1 customer's intention to use self-checkout machines by applying the TAM framework and incorporating relevant new variables to achieve a more comprehensive understanding. This research examines the impact of perceived ease of use, perceived usefulness, technology self-efficacy, and perceived trust on intention to use. A quantitative approach was used, with data collected through an online survey. The questionnaire was distributed to Uniqlo PIM 1 customers who had previously used self-checkout machine. A total of 105 valid responses were obtained. Data were analyzed using multiple linear regression with SPSS 27. The findings reveals that all four factors have a positive and significant influence on intention to use, highlighting their crucial role in self-checkout adoption. These insights contribute to research on technology adoption in fashion retail. Future studies may explore additional variables and demographic factors, to deepen the understanding of self-checkout acceptance.

Keywords: Self-checkout, Technology Acceptance Model, Technology Self-Efficacy, Perceived Trust, retail.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Self-Service Technology	7
2.2 Teori Technology Acceptance Model	8
2.2.1 Perceived Ease of Use.....	9
2.2.2 Perceived Usefulness	9
2.3 Technology Self-Efficacy	10
2.4 Perceived Trust.....	11
2.5 Intention to Use	12
2.6 Hubungan antar variabel	12
2.6.1 Pengaruh Perceived Ease of Use terhadap Intention to Use	12
2.6.2 Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Intention to Use</i>	13
2.6.3 Pengaruh <i>Technology Self-efficacy</i> terhadap <i>Intention to Use</i>	13
2.6.4 Pengaruh <i>Perceived Trust</i> terhadap <i>Intention to Use</i>	14
2.6.5 Hubungan <i>Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Technology Self-efficacy,</i> <i>dan Perceived Trust</i> terhadap <i>Intention to Use</i>	15
2.7 Penelitian Terdahulu	15
2.8 Kerangka Pemikiran.....	19
2.9 Hipotesis Penelitian.....	20
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Model Penelitian	21
3.2 Populasi dan Sampel	21
3.2.1 Populasi.....	21

3.2.2	Sampel	21
3.3	Sumber Data.....	23
3.3.1	Data Primer	23
3.3.2	Data Sekunder.....	23
3.4	Operasionalisasi Variabel.....	23
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.6	Teknik Analisis Data.....	26
3.6.1	Uji Validitas	26
3.6.2	Uji Reliabilitas	27
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	28
3.6.4	Persamaan Regresi Linear Berganda	29
3.6.5	Uji Koefisien Determinasi (R²)	30
3.6.6	Uji Hipotesis	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		32
4.1	Hasil	32
4.1.1	Gambaran Umum Responden	32
4.1.2	Analisis Karakteristik Responden.....	35
4.1.3	Uji Asumsi Klasik.....	36
4.1.4	Persamaan Regresi Linear Berganda	39
4.1.5	Uji Hipotesis	41
4.1.6	Uji Koefisien Determinasi (R²)	44
4.2	Pembahasan.....	45
4.2.1	Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Intention to Use</i>	45
4.2.2	Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Intention to Use</i>	47
4.2.3	Pengaruh <i>Technology Self-Efficacy</i> terhadap <i>Intention to Use</i>	48
4.2.4	Pengaruh <i>Perceived Trust</i> terhadap <i>Intention to Use</i>	50
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		53
5.1	Kesimpulan	53
5.2	Saran.....	54
5.3	Keterbatasan Penelitian	55
DAFTAR PUSTAKA		56
LAMPIRAN		58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peringkat 50 Merek Teratas di Indonesia Berdasarkan Skor Keseluruhan.....	1
Gambar 1.2 Data dan Observasi Preferensi Konsumen Uniqlo terhadap Mesin Self-Checkout.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Teoritis Penelitian.....	19

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Konsep Evolusi Teknologi self-service	7
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.....	23
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas	32
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas	34
Tabel 4.3 Karakteristik Responden.....	35
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas.....	37
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas	38
Tabel 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	39
Tabel 4.7 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	40
Tabel 4.8 Hasil Uji T	42
Tabel 4.9 Hasil Uji F	44
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	45