

**PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE*, *PERCEIVED USEFULNESS*  
DAN *TRUST* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* SKINCARE SKINTIFIC  
PADA PENGGUNA *MARKETPLACE* SHOPEE DI YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

**Diajukan guna memenuhi persyaratan untuk memperoleh derajat  
Sarjana Program Studi Manajemen**



**Desi Citra Dewi**

**No. Mhs. 112001583**

**SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN  
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA  
YOGYAKARTA**

**2024**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE*, *PERCEIVED USEFULNESS*  
DAN *TRUST* TERHADAP REPURCHASE INTENTION SKINCARE SKINTIFIC  
PADA PENGGUNA *MARKETPLACE SHOPEE* DI YOGYAKARTA**

Diajukan Oleh :

Desi Citra Dewi

No. Mhs. 112001583

Yogyakarta, 25 Juni 2024

Telah disetujui oleh

Dosen Pembimbing



Dr. Suparmono, M.Si.

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE*, *PERCEIVED USEFULNESS*  
DAN *TRUST* TERHADAP REPURCHASE INTENTION SKINCARE SKINTIFIC  
PADA PENGGUNA *MARKETPLACE SHOPEE* DI YOGYAKARTA**

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Dewan Penguji  
Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta

tanggal: 25 Juni 2024

yang terdiri atas :

Ketua



Nur Rokhman, S.E., M.Si

Anggota



Dr. Suparmono., M.Si.

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul *Pengaruh Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness dan Trust Terhadap Repurchase Intention Skincare Skintific* pada pengguna *Marketplace Shopee* di Yogyakarta dan diajukan untuk diuji pada tanggal 7 Juni 2024 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang seolah-olah saya akui sebagai tulisan sendiri atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut, baik sengaja maupun tidak disengaja, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian terbukti bahwa saya nyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain, maka gelar sarjana dan ijazah saya yang telah diberikan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta batal saya terima.

Yogyakarta, 25 Juni 2024  
yang memberi pernyataan



Saksi 1, sebagai pembimbing dan merangkap sebagai anggota penguji:

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Suparmono', is written above the name.

Dr. Suparmono, M.Si.

Saksi 2, sebagai ketua dosen penguji skripsi:

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Nur Rokhman', is written above the name.

Nur Rokhman, S.E., M.Si.

## **PERSEMBAHAN**

Karya tulis ini saya persembahkan untuk :

1. Allah SWT yang telah memberikan karunia dan hidayah-Nya, memberikan kemudahan dan kelancaran untuk penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sampai akhir.
2. Keluargaku tercinta terutama Ibu saya yang selalu memberikan support, semangat dan do'a tiada henti.
3. Teman seperjuangan saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Terimakasih atas semua doa, dukungan, semangat dan motivasi yang kalian berikan kepada penulis hingga penulis bisa menyelesaikan karya tulis ini.

Semoga Allah membalas kebaikan kalian semua, aamiin aamiin aamiin.

Terimakasih

## **MOTTO**

“Lakukan semaksimal mungkin tapi jangan sampai memaksakan”

-Desi Citra Dewi-

"Masa depanmu tergantung dari apa yang kamu kerjakan hari ini."

-Mahatma Gandhi-

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Perceived Ease Of Use*, *Perceived Usefulness* dan *Trust* Terhadap *Repurchase Intention Skincare Skintific* pada pengguna *Marketplace Shopee* di Yogyakarta”. Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat kelulusan pada program Studi Strata Satu (S1) di Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Yayasan Keluarga Pahlawan Negara.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga, dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Dr. Suparmono, M.Si selaku Ketua Umum Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Yayasan Keluarga Pahlawan Negara sekaligus sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dengan sabra kepada penulis.
3. Teman teman Angkatan 2020 yang telah memberikan semangat kepada penulis.

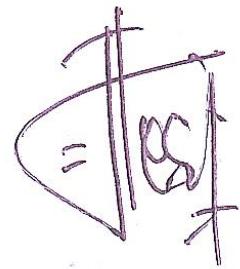
4. Semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebut satu-persatu.

Penulis menyadari bahwa adanya kekurangan baik dalam aspek lisan maupun tulisan dalam penulisan skripsi ini, karena terbatasnya pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis memohon maaf. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

*Wassalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarrakatuh.*

Yogyakarta, 25 Juni 2024

Penulis,



Desi Citra Dewi



## ABSTRAK

Di Indonesia transformasi digital dan ekonomi digital berkembang pesat terutama pertumbuhan *fintech (finance technology)*, *e-commerce* dan *marketplace* yang mempengaruhi ekonomi dan persepsi masyarakat tentang penggunaan teknologi terhadap belanja online. Persepsi penggunaan teknologi terutama dalam penggunaan belanja online pada *marketplace* Shopee mempengaruhi keinginan konsumen untuk membeli ulang produk yang sama di masa mendatang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel, *perceived ease of use*, *perceived usefulness* dan *trust* terhadap variabel *repurchase intention skincare* Skintific pengguna *marketplace* Shopee di Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret 2024 dan dilakukan di Yogyakarta. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif, metode penentuan sampel adalah *non probability sampling* dan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan 100 responden. Alat analisis data menggunakan SPSS versi 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived ease of use* tidak berpengaruh signifikan terhadap *repurchase intention*, sedangkan *perceived usefulness* dan *trust* berpengaruh secara signifikan terhadap *repurchase intention Skincare* Skintific pada pengguna *marketplace* Shopee di Yogyakarta.

**Kata kunci** : *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *trust*, *repurchase intention*

## **ABSTRACT**

In Indonesia, digital transformation and the digital economy are growing rapidly, especially the growth of e-commerce and marketplaces that affect the economy and people's perceptions of the use of technology in online shopping. The perception of usage in the Shopee marketplace affects consumers' desire to repurchase the same product in the future. This study aims to determine the effect of variables, perceived ease of use, perceived usefulness and trust on the variables of repurchase intention of Skintific skincare Shopee marketplace users in Yogyakarta. This research was conducted in March 2024 and conducted in Yogyakarta. This type of research is descriptive quantitative research, the sampling method is non probability sampling and the sampling technique uses the purposive sampling method. This study used 100 respondents. The data analysis tool uses SPSS version 26. The results of this study show that perceived ease of use does not have a significant effect on repurchase intention, while perceived usefulness and trust have a significant effect on the repurchase intention of Skincare Skintific in Shopee marketplace users in Yogyakarta.

Keywords: perceived ease of use, perceived usefulness, trust, repurchase intention

## DAFTAR ISI

<b>JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI</b> .....	iv
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>MOTTO</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>ABSTRAK</b> .....	ix
<b>ABSTRACT</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Batasan Masalah .....	8
D. Tujuan Penelitian .....	9
E. Manfaat penelitian .....	9
<b>BAB II</b> .....	10
<b>LANDASAN TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS</b> .....	10
A. Landasan Teori.....	10
B. Penelitian terdahulu .....	13
C. Perumusan Hipotesis.....	17
D. Kerangka Berpikir.....	19
<b>BAB III</b> .....	20
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	20
A. Definisi Konsep .....	20
B. Definisi Operasional .....	21
C. Jenis Penelitian dan Sumber Data.....	24
D. Objek dan Subyek Penelitian .....	25
E. Populasi dan Sampel.....	26

F. Metode Pengumpulan Data.....	27
G. Uji Instrumen .....	27
1. Uji Validitas .....	27
2. Uji Reliabilitas .....	28
H. Metode Analisis Data.....	28
1. Uji Asumsi Dasar .....	28
2. Uji Asumsi Klasik.....	28
3. Uji Kelayakan Model (Uji F).....	29
4. Uji Hipotesis .....	30
<b>BAB IV</b> .....	<b>32</b>
<b>GAMBARAN UMUM DAN ANALISIS DATA</b> .....	<b>32</b>
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	32
B. Identitas Responden .....	36
C. Analisis Data.....	37
4.1 Uji Instrumen .....	37
4.2 Uji Asumsi Dasar .....	39
4.3 Uji Asumsi Klasik.....	40
4.4 Uji Kelayakan Model (Uji F).....	43
4.5 Uji Hipotesis .....	43
D. Pembahasan Hasil Analisis .....	47
<b>BAB V</b> .....	<b>50</b>
<b>PENUTUP</b> .....	<b>50</b>
A. Kesimpulan .....	50
B. Saran .....	51
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>52</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>58</b>

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. 1 Data Pengguna Internet di Indonesia dari tahun ke tahun.....	2
--	---

## DAFTAR TABEL

Table 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	13
Tabel 4. 1 Jumlah Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	36
Tabel 4. 2 Jumlah Responden berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	37
Tabel 4. 3 Jumlah Responden berdasarkan Usia.....	37
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas.....	38
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas.....	39
Tabel 4. 6 Hasil Uji Normalitas .....	40
Tabel 4. 7 Hasil Uji Multikolinearitas .....	41
Tabel 4. 8 Hasil Uji Spearman's Rho .....	42
Tabel 4. 9 Hasil Uji F.....	43
Tabel 4. 10 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	44
Tabel 4. 11 Hasil Uji t.....	45
Tabel 4. 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R <sup>2</sup> ).....	46