

Skripsi

**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Pengguna Internet
Untuk Melakukan *Online Transaction***

Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar
Sarjana Akuntansi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Soegijapranata
Semarang



Aries Santoso

10.60.0106

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Soegijapranata**

Semarang

2013

Skripsi dengan judul :

**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Pengguna Internet
untuk Melakukan *Online Transaction***

Oleh :

Aries Santoso

10.60.0106

Disetujui dan diterima baik oleh pembimbing :

Semarang, 10 Desember 2013

Pembimbing

Agnes Advensia C., SE., M.Si., Akt

Telah diterima dan disahkan oleh panitia penguji pada :
21 November 2013 skripsi dengan judul :

**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Pengguna Internet
untuk Melakukan *Online Transaction***

Oleh :
Aries Santoso
10.60.0106

Tim Penguji

Drs. Hudi P., MM.,Akt.

A. Advensia C., SE., MSi., Akt

G. Freddy K., SE., M.Si

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Soegijapranata

Prof. Vincent Didiek Wiet Aryanto., Ph.D

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

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

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Pengguna Internet untuk Melakukan *Online Transaction*

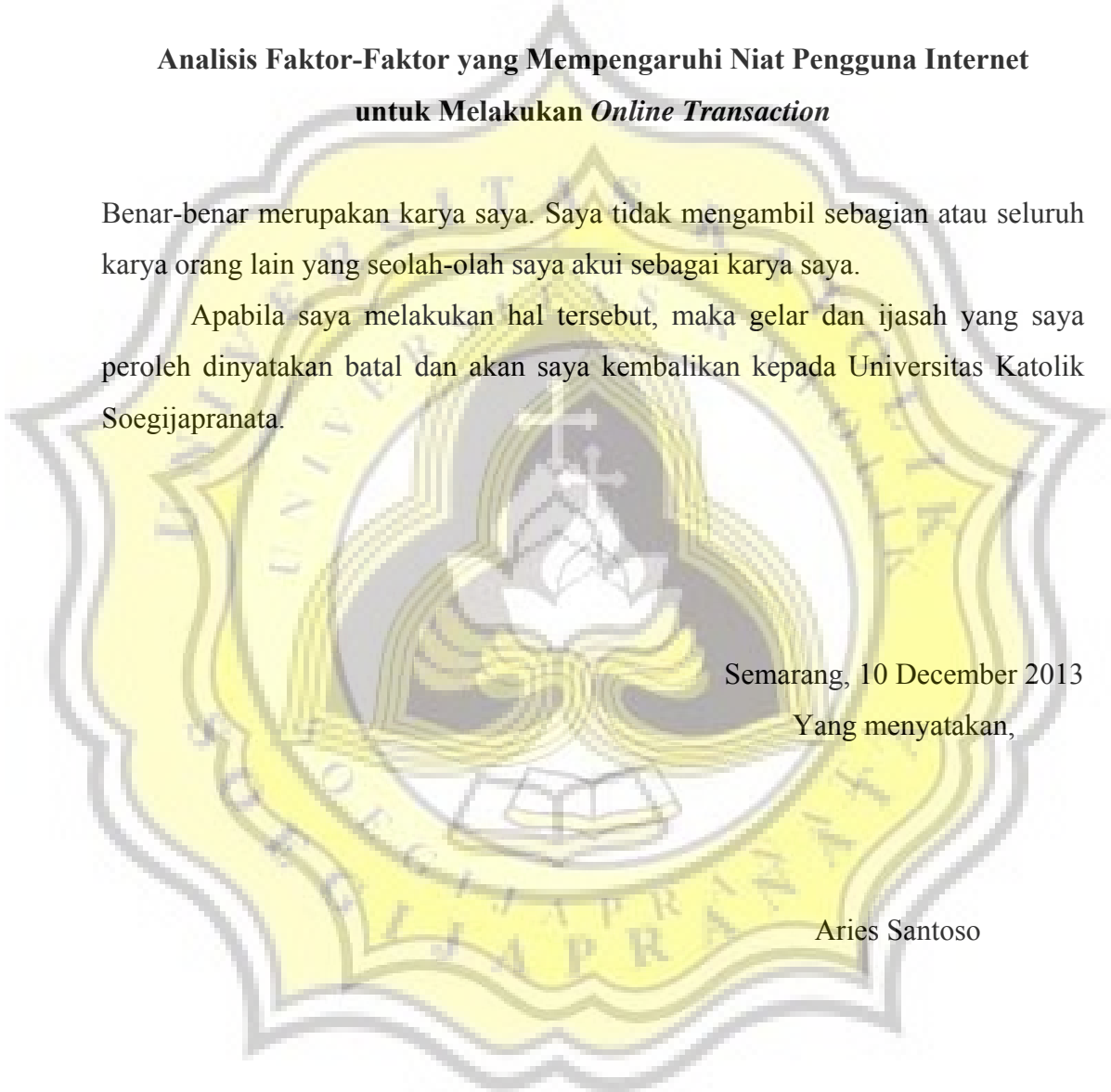
Benar-benar merupakan karya saya. Saya tidak mengambil sebagian atau seluruh karya orang lain yang seolah-olah saya akui sebagai karya saya.

Apabila saya melakukan hal tersebut, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata.

Semarang, 10 December 2013

Yang menyatakan,

Aries Santoso



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada Tuhan YME, kedua orangtua, keluarga, teman-teman dan semua orang yang telah mendukung dan menemani penulis menyelesaikan penelitian ini :



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, penulis ucapkan karena atas berkat dan karunia-Nya, skripsi dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengguna Internet untuk Melakukan *Online Transaction*” telah dapat penulis selesaikan. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Topik tersebut dipilih karena perkembangan dari teknologi yang diiringi dengan adanya *e-commerce*. Penulis menggunakan basic teori yang diciptakan oleh Ajzen yakni *Theory of Planned Behaviour* (TPB). Teori tersebut dikembangkan oleh peneliti untuk menemukan suatu konstruk yang cukup komprehensif untuk menjelaskan niat pengguna internet dalam bertransaksi secara *online*. Penelitian ini menemukan bukti empiris bahwa faktor yang paling mempengaruhi dan dapat dikontrol oleh *e-vendor* adalah faktor keamanan, sehingga skripsi ini dapat dijadikan dasar bagi *e-vendor* dalam memperbaiki sistem keamanan website mereka.

Selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan beberapa pihak. Oleh sebab itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu memberikan kekuatan dan penyertaannya, serta berkat dan kasih karunia yang diberikan kepada penulis.
2. Orang tua ku dan orang tua angkatku serta keluarga yang telah mendukung dan memberikan dorongan untuk terus melakukan yang terbaik. Especially for Daddy in heaven with God, Aries lulus dad. I'm sorry, i'm so sorry, i can be a good son until u RIP.
3. Ibu AA. Christmastuti, SE., M.Si., Akt. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan banyak waktu dan kesabaran untuk membimbing penulisan skripsi ini. Thanks bu Vivin..

4. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis atas ijinnya kepada penulis untuk menggunakan fasilitas yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
5. Bapak Drs. Hudi P., SE., MM., Akt. dan G. Freddy K., SE., M.Si. atas bimbingan, saran dan nasehatnya kepada penulis selama proses pembuatan skripsi.
6. Ibu ST. Vena Purnamasari, SE., M.Si selaku Ketua Program Studi
7. Bapak Ranto Sihombing yang menjadi dosen pertama yang membentuk diri saya saat kuliah.
8. Ibu Monica Palupi, ibu Lily, dan ibu Lucky (Mom) yang selalu dapat menjadi sosok ibu yang baik bagi saya dalam memberikan nasehat dan pendapat untuk kemajuan saya. Makasi banget ya bu...
9. Para bapak ibu dosen lainnya yang telah mendukung saya hingga saya lulus.
10. Bu Titiek, mas Kris, mba Ningrum, mas Pudji yang selalu sabar dan memberikan arahan selama proses saya di Unika.
11. My Best Friends di Tegal Alm. David, Yacob, Zeni, Rizki, Lukman, Thomas meskipun dari kalian banyak yang tidak kuliah, kalian tetap luar biasa, kalian juga yang membentuk diriku hingga seperti ini. Salam JANGKER. . .
12. My Best Friends di Semarang Vincent (ncent), Putri (gajah), Selina (ceyine), Steven (koko tepen dut), Sony (Conny), Trijaya dan Limanto (Calon S.Kom), Allen (mas ayen).Cepat menyusul yah sahabat-sahabatku. Kalian luar biasaaaa...
13. Kakak angkatan yang luar biasa ko hendry mayit, ko hendry gethuk, ko ivan, ci olin, ci melisa, ci nadia yang jadi inspirasiku.. Adik angkatan Monic Momon, Xena Xenul, Tina Tinul, Aurel Kecil, Vero, Randy Yendy... Makasi yah...
14. Teman-teman HMPSA 2011/2012, HMPSA 2012/2013, Kopma 2011/2012 , Kopma 2012/2013, KSEPM 2010/2011.
15. Buat pacarku Amanda yang hobi marah, pacar periode 2010 sampai *tidak diketahui*.

16. Para responden yang bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesionerku, terimakasih ya. . .

17. Teman-teman, dosen-dosen, serta karyawan-karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Terima kasih atas dukungannya. Terima kasih for everything, for anything. Akhir kata, semoga penelitian ini berguna. Tuhan memberkati.



Semarang, 10 December 2013

Penulis

Aries Santoso

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| Halaman Judul | i |
| Halaman Persetujuan | ii |
| Halaman Pengesahan | iii |
| Surat Pernyataan Keaslian Skripsi | iv |
| Halaman Persembahan | v |
| Kata Pengantar | vi |
| Daftar Isi | ix |
| Daftar Gambar | xiii |
| Daftar Tabel | xiv |
| Abstrak | xv |
| Bab I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah | 10 |
| 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian | 11 |
| 1.3.1 Tujuan Penelitian | 11 |
| 1.3.2 Manfaat Penelitian | 12 |
| 1.4 Sistematika Penulisan | 14 |
| Bab II LANDASAN TEORI | 16 |
| 2.1 Tinjauan Teori | 16 |
| 2.1.1 <i>The Theory Reasoned Action (TRA)</i> | 16 |
| 2.1.2 <i>The Theory Planned Behaviour (TPB)</i> | 17 |
| 2.1.3 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> | 18 |
| 2.1.4 <i>Perceived Usefulness</i> | 19 |
| 2.1.5 <i>Perceived Ease of Use</i> | 20 |
| 2.1.6 Kepercayaan | 21 |
| 2.1.7 Persepsi Resiko | 22 |
| 2.1.8 Privasi | 22 |
| 2.1.9 Keamanan | 23 |
| 2.1.10 <i>Internet Self Efficacy</i> | 24 |

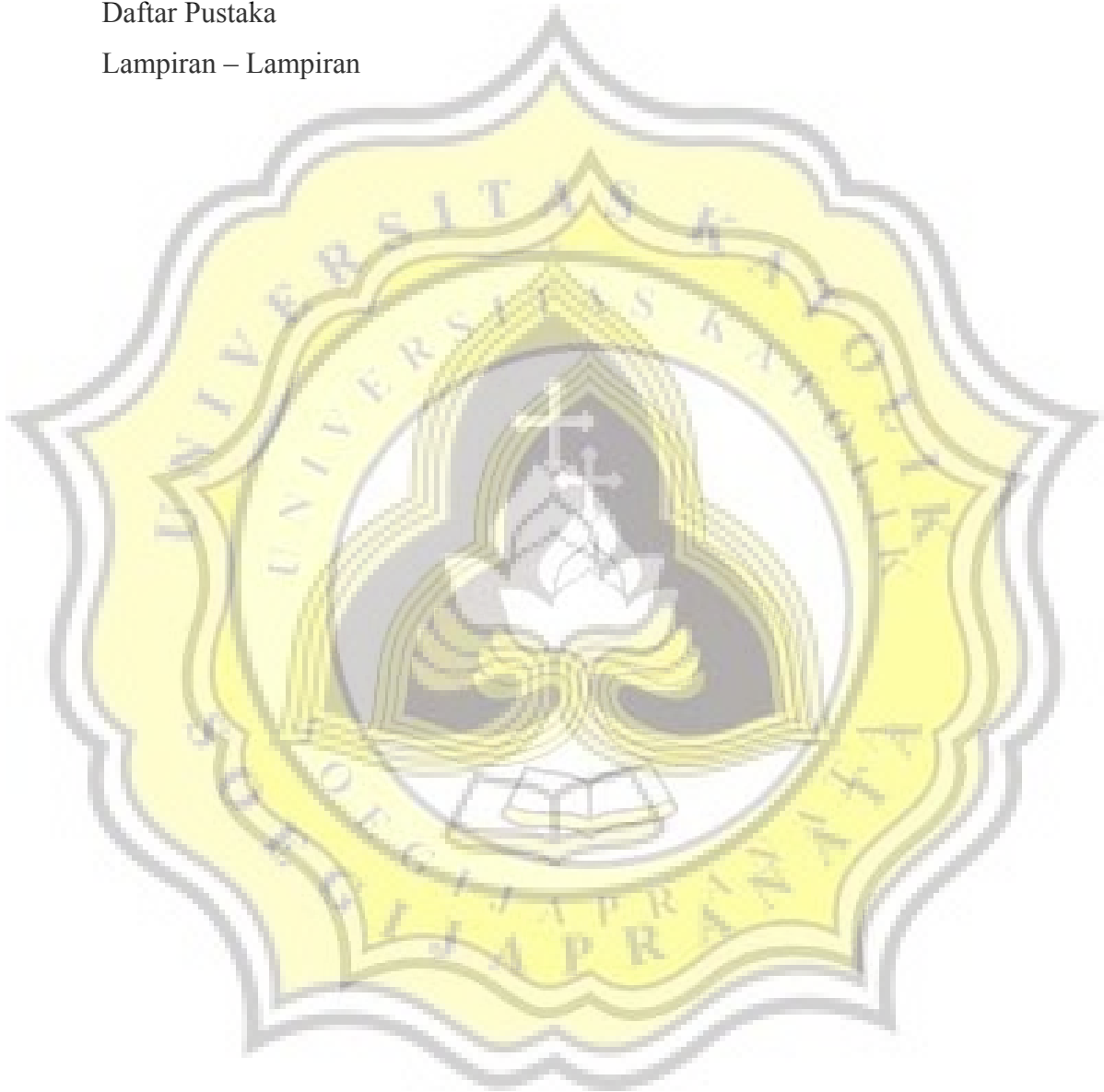
| | | |
|---------------------------------|--|----|
| 2.2 | Penelitian-Penelitian Sebelumnya | 25 |
| 2.2.1 | Penelitian Anil Gurung (2006) | 25 |
| 2.2.2 | Henry Kurniawan (2012) | 26 |
| 2.2.3 | Ling <i>et.al.</i> (2011) | 28 |
| 2.2.4 | Markus Budi Hermawan (2012) | 30 |
| 2.3 | Pengembangan Hipotesis | 31 |
| 2.3.1 | Hubungan Privasi Terhadap Persepsi Risiko | 31 |
| 2.3.2 | Hubungan Keamanan Terhadap Persepsi Risiko..... | 32 |
| 2.3.3 | Hubungan Persepsi Risiko Terhadap Kepercayaan..... | 33 |
| 2.3.4 | Hubungan Kepercayaan Terhadap Sikap..... | 34 |
| 2.3.5 | Hubungan <i>Internet Self Efficacy</i> Terhadap <i>Perceived Ease of Use</i> | 35 |
| 2.3.6 | Hubungan <i>Perceived Ease of Use</i> Terhadap <i>Perceived Usefulness</i> | 36 |
| 2.3.7 | Hubungan <i>Perceived Ease of Use</i> Terhadap Sikap | 37 |
| 2.3.8 | Hubungan <i>Perceived usefulness</i> Terhadap Sikap | 38 |
| 2.3.9 | Hubungan <i>Perceived Usefulness</i> Terhadap Niat Bertransaksi Secara <i>Online</i> | 39 |
| 2.3.10 | Hubungan Sikap Terhadap Niat Bertransaksi Secara <i>Online</i> | 39 |
| 2.3.11 | Hubungan Kontrol Perilaku Terhadap Niat Bertransaksi Secara <i>Online</i> | 40 |
| 2.3.12 | Hubungan Norma Subjektif Terhadap Niat Bertransaksi Secara <i>Online</i> | 41 |
| 2.4 | Kerangka Pikir Penelitian | 43 |
| Bab III METODE PENELITIAN | | 44 |
| 3.1 | Populasi dan Sampel | 44 |
| 3.2 | Sumber dan Jenis Data | 45 |
| 3.3 | Metode Pengumpulan Data | 45 |

| | | |
|--------|---|----|
| 3.4 | Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel | 46 |
| 3.4.1 | Privasi | 46 |
| 3.4.2 | Keamanan | 47 |
| 3.4.3 | Persepsi Risiko | 48 |
| 3.4.4 | Kepercayaan | 48 |
| 3.4.5 | <i>Perceived Usefulness</i> | 49 |
| 3.4.6 | <i>Perceived Ease of Use</i> | 50 |
| 3.4.7 | <i>Internet Self Efficacy</i> | 51 |
| 3.4.8 | Sikap | 52 |
| 3.4.9 | Norma Subyektif | 53 |
| 3.4.10 | Kontrol Perilaku | 54 |
| 3.4.11 | Niat Bertransaksi Secara <i>Online</i> | 55 |
| 3.5 | Teknik Analisis Data | 56 |
| 3.5.1 | Statistik Deskriptif | 56 |
| 3.5.2 | Metode <i>Structural Equation Modeling</i> | 57 |
| 3.5.3 | Uji Hipotesis dan Model Penelitian | 58 |
| Bab IV | ANALISIS DAN PEMBAHASAN | 67 |
| 4.1 | Gambaran Umum Responden | 67 |
| 4.2 | Statistik Deskriptif | 72 |
| 4.3 | Hasil Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas | 77 |
| 4.3.1 | Uji Validitas | 77 |
| 4.3.2 | Uji Reliabilitas | 79 |
| 4.4 | Pengujian Model Struktural | 80 |
| 4.5 | Pengujian Hipotesis | 83 |
| 4.6 | Hasil dan Analisis | 86 |
| 4.6.1 | Hasil | 86 |
| 4.6.2 | Analisis | 93 |
| Bab V | KESIMPULAN DAN SARAN | 96 |
| 5.1 | Kesimpulan | 96 |

| | |
|---|-----|
| 5.2 Keterbatasan dan Implikasi | 98 |
| 5.2.1 Keterbatasan | 98 |
| 5.2.2 Implikasi Praktis | 99 |
| 5.2.3 Implikasi Bagi Penelitian Selanjutnya | 100 |

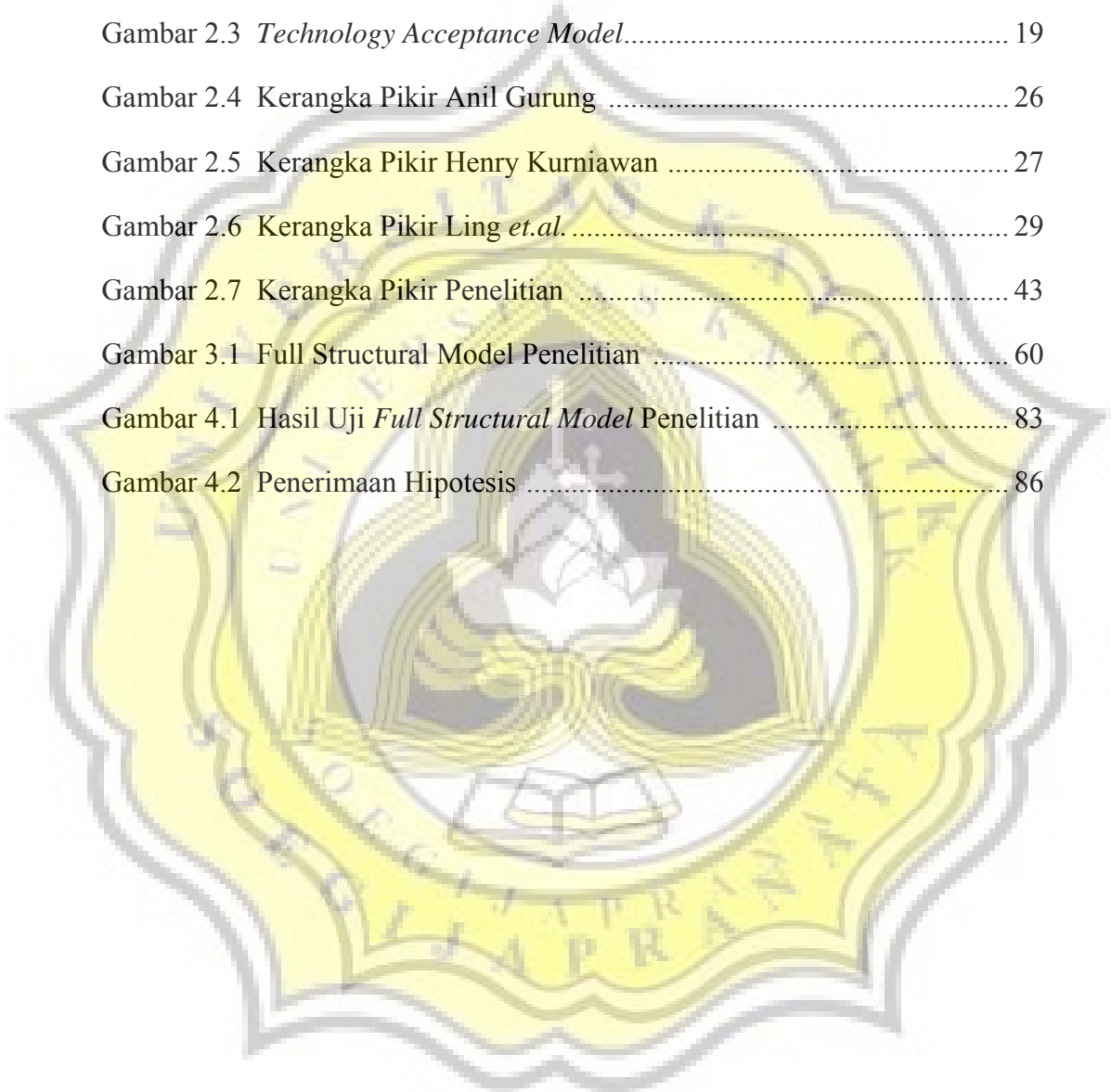
Daftar Pustaka

Lampiran – Lampiran



DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 2.1 <i>The Theory Reasoned Action</i> | 17 |
| Gambar 2.2 <i>The Theory Planned Behaviour</i> | 18 |
| Gambar 2.3 <i>Technology Acceptance Model</i> | 19 |
| Gambar 2.4 Kerangka Pikir Anil Gurung | 26 |
| Gambar 2.5 Kerangka Pikir Henry Kurniawan | 27 |
| Gambar 2.6 Kerangka Pikir Ling <i>et.al.</i> | 29 |
| Gambar 2.7 Kerangka Pikir Penelitian | 43 |
| Gambar 3.1 Full Structural Model Penelitian | 60 |
| Gambar 4.1 Hasil Uji <i>Full Structural Model</i> Penelitian | 83 |
| Gambar 4.2 Penerimaan Hipotesis | 86 |



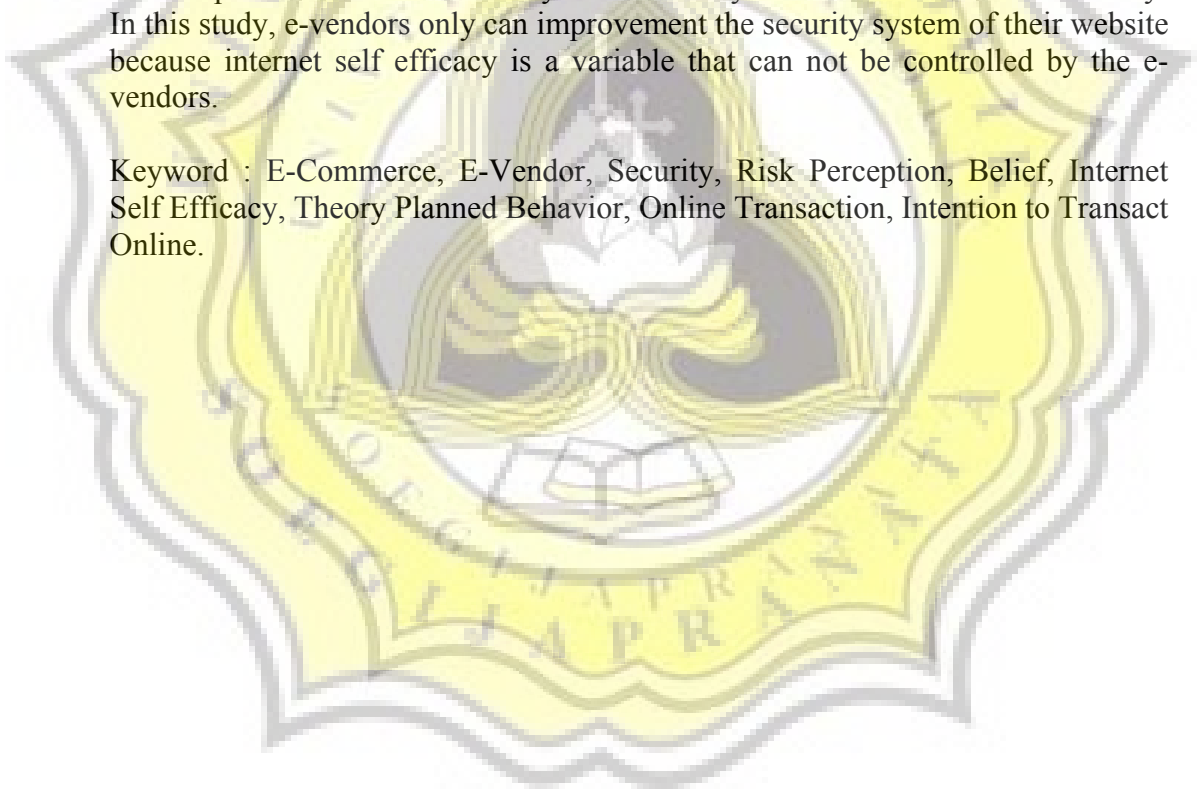
DAFTAR TABEL

| | | |
|------------|---|----|
| Tabel 1.1 | Internet Usage Statistics | 1 |
| Tabel 1.2 | Persamaan dan Perbedaan Penelitian | 8 |
| Tabel 3.1 | Jenis dan Sumber Data | 45 |
| Tabel 3.2 | Kelas Kategori Berdasarkan Rata-Rata | 57 |
| Tabel 3.3 | Syarat Alat Uji Dikatakan Valid dan Reliabel | 64 |
| Tabel 4.1 | Hasil Pengumpulan Data | 67 |
| Tabel 4.2 | Penggolongan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 68 |
| Tabel 4.3 | Penggolongan Responden Berdasarkan Rentang Usia | 68 |
| Tabel 4.4 | Gambaran Tempat Responden Mengakses Internet | 69 |
| Tabel 4.5 | Tingkat Keseringan Responden dalam Menggunakan Internet ... | 70 |
| Tabel 4.6 | Barang yang Sering Ditransaksikan oleh Responden | 71 |
| Tabel 4.7 | Hasil Tanggapan Responden | 72 |
| Tabel 4.8 | Hasil Uji Validitas Kuesioner | 77 |
| Tabel 4.9 | Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner | 79 |
| Tabel 4.10 | Hasil Uji CMIN dan CMIN/DF | 80 |
| Tabel 4.11 | Hasil Uji GFI dan AGFI | 81 |
| Tabel 4.12 | Hasil Uji RMSEA | 82 |
| Tabel 4.13 | <i>Regression Weight</i> | 84 |
| Tabel 4.14 | Hasil Pengujian Hipotesis | 85 |

ABSTRACT

This study aimed to see whether the privacy, security, risk perception, belief, internet self efficacy, perceived ease of use, perceived usefulness, attitudes, behavioural control, and subjective norms influence the intention to transact online. This study uses the basic concepts of the Theory of Planned Behaviour (TPB). The characteristic of responden is who one that ever do online transaction in Indonesia. Collecting data using an online questionnaire with helped by google drive. Questionnaires were entered and can be processed as many as 197 respondents. The data obtained are processed with SPSS 16 and AMOS 18. The results of this study stated that the intention of online transactions is determined by the attitude and behaviour control, while subjective norm is no effect. The attitudes are influenced by beliefs, perceived usefulness, while perceived ease of use giving only the indirect effect through perceived usefulness. Perceived ease of use is affected by internet self efficacy. Belief is affected by risk perception and risk perception itself is affected by security, while privacy there is no effect. The most important factor in this study is the security factor and internet self efficacy. In this study, e-vendors only can improvement the security system of their website because internet self efficacy is a variable that can not be controlled by the e-vendors.

Keyword : E-Commerce, E-Vendor, Security, Risk Perception, Belief, Internet Self Efficacy, Theory Planned Behavior, Online Transaction, Intention to Transact Online.



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah privasi, keamanan, persepsi risiko, kepercayaan, *internet self efficacy*, *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, sikap, kontrol perilaku, dan norma subjektif berpengaruh terhadap niat bertransaksi secara *online*. Penelitian ini menggunakan konsep dasar dari *Theory Planned Behaviour* (TPB). Objek dari penelitian ini adalah orang yang sudah pernah melakukan *online transaction* di seluruh Indonesia. Pengumpulan data menggunakan media kuesioner *online* dengan bantuan *google drive*. Kuesioner yang masuk dan dapat diolah sebanyak 197 responden. Data yang didapatkan diproses dengan bantuan program SPSS 16 dan AMOS 18. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa niat bertransaksi *online* ditentukan oleh sikap dan kontrol perilaku, sedangkan norma subjektif tidak berpengaruh. Sikap sendiri dipengaruhi oleh kepercayaan dan *perceived usefulness*, sedangkan *perceived ease of use* hanya memberikan *indirecteffect* melalui *perceived usefulness*. *Perceived ease of use* dipengaruhi oleh *internet self efficacy*. Kepercayaan dipengaruhi oleh persepsi risiko, dan persepsi risiko sendiri dipengaruhi keamanan, sedangkan privasi dikatakan tidak memberi pengaruh. Faktor yang paling penting dalam hal ini adalah faktor keamanan dan juga *internet self efficacy*. *E-vendor* dalam hal ini hanya dapat memberikan perbaikan terhadap sistem keamanan website yang mereka gunakan karena *internet self efficacy* merupakan variabel yang tidak dapat dikontrol oleh *e-vendor*.

Keyword : *E-Commerce*, *E-Vendor*, Keamanan, Persepsi Risiko, Kepercayaan, *Internet Self Efficacy*, *Theory Planned Behavior*, *Online Transaction*, Niat Bertransaksi Online.