

SKRIPSI

PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE* DAN *PERCEIVED USEFULNESS* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA APLIKASI GOFOOD DI SURABAYA

*Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Universitas Narotama Surabaya*



Oleh:

MUKH. KHUSIN MUBAROK

NIM: 01218056

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS HUKUM, EKONOMI, DAN KEPENDIDIKAN
UNIVERSITAS NAROTAMA
SURABAYA**

2022

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mukh. Khusin Mubarak
NIM : 01218056
Fakultas : Ekonomi, Pendidikan dan Bisnis
Jurusan : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul:

**PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE* DAN *PERCEIVED USEFULNESS*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA APLIKASI GOFOOD DI SURABAYA**

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat digunakan apabila diperlukan.

Surabaya, 07 september 2022
Pembuat Pernyataan,



Mukh. Khusin Mubarak
NIM 01218056

PERSETUJUAN SKRIPSI

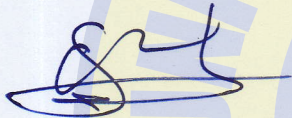
**PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE DAN PERCEIVED USEFULNESS
TERHADAP CUSTOMER LOYALTY PADA APLIKASI GOFOOD DI
SURABAYA**

DIAJUKAN OLEH:

Mukh. Khusin Mubarak
01218056

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING,



(Dr. Sengguruh Nilowardono, SE., M.Si)
KETUA PROGRAM STUDI MANAJEMEN,

TANGGAL 07 april 2022



(I Putu Artaya, SE, MM)

TANGGAL 07 april 2022

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

TUGAS AKHIR INI

TELAH DIUJI DAN DIPERTAHANKAN

PADA HARI SABTU, TANGGAL 20 AGUSTUS 2022

Judul Skripsi : Pengaruh perceived ease of use dan perceived usefulness terhadap customer loyalty pada aplikasi gofood di surabaya

Disusun oleh : Mukh. Khusin Mubarok

NIM : 01218056

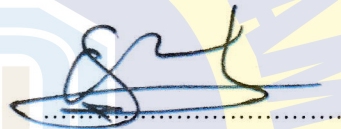
Fakultas : Hukum, ekonomi dan pendidikan

Program studi : Manajemen

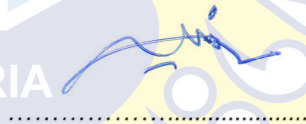
Perguruan tinggi : Universitas Narotama Surabaya

Di hadapan tim penguji terdiri dari

Dr. Sengguruh Nilowardono, SE., M.Si



I Gede Arimbawa, SE., MM



**HALAMAN PERSETUJUAN PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Narotama Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Mukh. Khusin Mubarok
NIM : 01218056
Fakultas : Ekonomi, Pendidikan dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Narotama hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalti Free Right)

Pengaruh perceived ease of use dan perceived usefulness terhadap customer loyalty pada aplikasi gofood di

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti Noneksklusif ini Universitas Narotama 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.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Di buat : Surabaya
Pada Tanggal 20 agustus 2022
Yang Menyatakan


Mukh. Khusin Mubarok

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Adapun judul penulisan skripsi yang penulis ambil adalah:

PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE* DAN *PERCEIVED USEFULNESS* TERHADAP CUSTOMER LOYALTY PADA APLIKASI GOFOOD DI SURABAYA

Tujuan penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat kelulusan Program Strata Satu (S1) pada UNIVERSITAS NAROTAMA, Sebagai bahan penulisan diambil berdasarkan hasil penelitian, observasi, dan beberapa sumber literatur yang mendukung penulisan skripsi ini. Penulis menyadari, bahwa tanpa bimbingan dan dorongan dari semua pihak, maka penulisan skripsi ini tidak akan berjalan lancar. Oleh karena itu pada kesempatan ini, izinkanlah penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang sudah memberikan kemudahan dan kelancaran saya dalam mengerjakan skripsi.
2. Ucapan terima kasih kepada kedua orang tua tercinta Bapak H.Nastainuddin dan Ibu HJ. Ilya hidayati yang selalu memberikan do'a, dukungan secara moral dan material dalam menunjang pendidikan untuk mencapai cita-cita. Tiada balasan yang setimpal yang dapat penulis berikan kecuali istiqomah selalu dalam berdo'a semoga selalu berada dalam lindungan Allah SWT.
3. Bapak Dr. H. Sriwiwoho Mudjanarko, ST, MT, IPM selaku Rektor Universitas Narotama Surabaya.
4. Bapak Dr. Rusdianto Sesung, SH., MH. selaku Dekan Fakultas Hukum, Ekonomi dan Pendidikan Universitas Narotama Surabaya.
5. Bapak I Putu Artaya, SE, MM. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Narotama Surabaya.
6. Bapak Dr. Sengguh Nilowardono, SE., M.Si. Selaku dosen pembimbing saya yang telah meluangkan waktu dan sudah membantu dalam penulis untuk mengajukan tugas akhir ini hingga selesai tepat pada waktu yang ditentukan.
7. Bapak/Ibu dosen, staff dan karyawan di lingkungan Universitas Narotama Surabaya yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi
8. Keluarga besar yang mendoakan dan memberikan semangat kepada penulis.
9. Sahabat-sahabat dan teman teman penulis selama masa perkuliahan

10. Keluarga besar Manajemen, Angkatan 2018 yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan semangat kepada penulis selama menempuh studi.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah berjasa dan membantu penulis dalam penyusunan skripsi. Semoga segala bantuan dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis menjadi pahala dan diberikan balasan yang berlipat ganda oleh ALLAH SWT.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam penulisan Skripsi ini. Penulis mengharapkan adanya kritik maupun saran yang bersifat membangun yang bertujuan untuk menyempurnakan isi dari Skripsi ini serta bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan pada umumnya dan bagi penulis untuk mengamalkan ilmu pengetahuan di tengah-tengah masyarakat. Harapan saya semoga tugas akhir ini bisa memenuhi syarat dan tujuan yang dikendaki, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Surabaya, 20 Agustus

Mukh. Khusin Mubarok

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Apakah *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* berpengaruh secara simultan *customer loyalty* pengguna plikasi GoFood di Surabaya. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi GoFood di kota Surabaya. Sampel penelitian sebanyak 103 responden, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan program SPSS 18 for windows. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Perceived Ease of Use* (X1) secara parsial berpengaruh positif terhadap *Customer loyalty* (Y), variabel *Perceived usefulness* (X2) secara parsial berpengaruh positif terhadap *Customer loyalty* (Y) dan variabel *Perceived Ease of Use* (X1) dan variabel *Perceived usefulness* (X2) secara simultan berpengaruh positif terhadap *Customer loyalty* (Y). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh variable bebas (*Perceived Ease of Use* dan *Perceived usefulness*) sebesar 69,45 % sedangkan sisanya 30,55 % dijelaskan oleh variable lain diluar variable bebas yang diteliti oleh penulis.

Kata Kunci: *Perceived Ease of Use*, *Perceived usefulness*, *Customer loyalty*, GoFood

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of whether perceived usefulness and perceived ease of use simultaneously affect customer loyalty of GoFood application users in Surabaya. The population in this study were users of the GoFood application in the city of Surabaya. The research sample was 103 respondents, the method used in this study was a quantitative method. Data analysis used multiple linear regression analysis with SPSS 18 for windows program. The results of this study indicate that the Perceived Ease of Use (X1) variable partially has a positive effect on Customer loyalty (Y), the Perceived usefulness variable (X2) partially has a positive effect on Customer loyalty (Y) and the Perceived Ease of Use (X1) variable and Perceived usefulness variable (X2) simultaneously has a positive effect on customer loyalty (Y). The results of this study indicate that the influence of the independent variables (Perceived Ease of Use and Perceived usefulness) is 69.45% while the remaining 30.55% is explained by other variables outside the independent variables studied by the author.

Keywords : *Perceived Ease of Use, Perceived usefulness, Customer loyalty, GoFood*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN.....	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
1.5 Batasan Masalah.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 TINJAUAN EMPIRIS	5
2.2 TINJAUAN TEORITIS	15
2.2.1 Layanan Antar (<i>Delivery Service</i>).....	15
2.2.2 <i>Perceived Ease of Use</i> (Persepsi Penggunaan)	15
2.2.3 <i>Perceived Usefulness</i> (manfaat / kebergunaan).....	16
2.2.4 <i>Customer loyalty</i> (loyalitas pelanggan).....	17
2.3 Kerangka Berfikir.....	19
2.3.1 Pengaruh <i>perceived ease of use</i> terhadap <i>customer loyalty</i>	19
2.3.2 Pengaruh <i>perceived of usefulness</i> terhadap <i>customer loyalty</i>	19

2.3.3 Pengaruh <i>perceived ease of use</i> dan <i>perceive of usefulness</i> terhadap <i>customer loyalty</i>	19
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Pendekatan penelitian.....	23
3.2 Objek penelitian	23
3.3 Populasi dan Sampel	23
3.4 Jenis, sumber, dan teknik pengumpulan data	24
3.4.1 Jenis data	24
3.4.2 Sumber data.....	24
3.4.3 Pengumpulan Data	25
3.5 Definisi Operasional.....	25
3.5.1 Skala Pengukuran Variabel	28
3.6 Teknik analisis Data	29
3.6.1 Uji instrument.....	29
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	30
3.6.3 Uji Hipotesis.....	30
3.6.4 Regresi Linier Berganda.....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Obyek penelitian	33
4.1.1 Sejarah singkat dan profil aplikasi GoFood	33
4.1.2 Visi dan Misi PT. Gojek Indonesia	34
4.1.3 Karakteristik responden.....	35
4.2 Deskripsi data hasil penelitian.....	48
4.3 Hasil penelitian (Perhitungan dan pengolahan data)	50
4.3.1. Uji instrument.....	50
4.3.2 Uji Asumsi Klasik	56
4.3.3 Uji hipotesis.....	60
4.3.4 Persamaan regresi.....	62
4.4 Analisis dan pembahasan hasil penelitian	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	66
5.1 KESIMPULAN	66

5.2 SARAN	66
5.2.1 Saran Bagi Objek Penelitian.....	67
5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya	67



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu.....	9
Tabel 3. 1 Tabel operasional variabel	26
Tabel 4. 1 Hasil pengumpulan data.....	35
Tabel 4. 2 Berdasarkan jenis kelamin	35
Tabel 4. 3 Rata-rata jawabn indikator Perceived Ease of Use	37
Tabel 4. 4 Rata-rata jawaban indikator Perceived Usefulness	40
Tabel 4. 5 Rata-rata jawaban indikator customer loyalty	43
Tabel 4. 6 Descriptive Statistics.....	49
Tabel 4. 7 Uji Validitas instrument kuesioner variabel (X1)	51
Tabel 4. 8 Uji Validitas instrument kuesioner variabel (X1)	52
Tabel 4. 9 Uji Validitas instrument kuesioner variabel (X2)	52
Tabel 4. 10 Uji Validitas instrument kuesioner variabel (X2)	53
Tabel 4. 11 Uji Validitas instrument kuesioner variabel (Y)	54
Tabel 4. 12 Uji Validitas instrument kuesioner variabel (Y)	55
Tabel 4. 13 Hasil pengujian Reliabilitas	56
Tabel 4. 14 Kolmogorov-Smirnov Test	56
Tabel 4. 15 Uji Multikolinieritas VIF	57
Tabel 4. 16 Uji Glejser	59
Tabel 4. 17 Hasil uji heteroskedastisitas	59
Tabel 4. 18 Uji H1 dan H2 dengan uji t	60
Tabel 4. 19 Uji hipotesis H3 dengan uji F.....	62
Tabel 4. 20 Koefisien determinasi.....	62
Tabel 4. 21 Persamaan regresi.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Diagram selama pandemi	1
Gambar 2. 1 Kerangka berfikir	20
Gambar 4. 1 Analisis data respon setiap butir pernyataan	36
Gambar 4. 2 Persentase jawaban responden indikator 1 PEU	38
Gambar 4. 3 Persentase jawaban responden indikator 2 PEU	38
Gambar 4. 4 Persentase jawaban responden indikator 3 PEU	39
Gambar 4. 5 Persentase jawaban responden indikator 4 PEU	39
Gambar 4. 6 Persentase jawaban responden indikator 1 PU	41
Gambar 4. 7 Persentase jawaban responden indikator 2 PU	41
Gambar 4. 8 Persentase jawaban responden indikator 3 PU	42
Gambar 4. 9 Persentase jawaban responden indikator 4 PU	42
Gambar 4. 10 Persentase jawaban responden indikator 1 CL	44
Gambar 4. 11 Persentase jawaban responden indikator 2 CL	45
Gambar 4. 12 Persentase jawaban responden indikator 3 CL	45
Gambar 4. 13 Persentase jawaban responden indikator 4 CL	46
Gambar 4. 14 Persentase jawaban responden indikator 5 CL	47
Gambar 4. 15 Persentase jawaban responden indikator 6 CL	48
Gambar 4. 16 Uji scatterplot	58