

**PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, *PERCEIVED BENEFIT*, DAN  
KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT BISNIS *ONLINE* DI  
SHOPEE PADA MAHASISWA MANAJEMEN FEB UM METRO 2016**

**SKRIPSI**



**OLEH:**

**AMELIA AYU LESTARI**

**16610004**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO**

**2020**



**PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, *PERCEIVED BENEFIT*, DAN  
KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT BISNIS *ONLINE* DI  
SHOPEE PADA MAHASISWA MANAJEMEN FEB UM METRO 2016**

**SKRIPSI**

**AMELIA AYU LESTARI**

**16610004**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO**

**2020**

## ABSTRAK

**AMELIA AYU LESTARI, 2020.** “Pengaruh Citra Perusahaan, *Perceived Benefit*, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Bisnis Online di Shopee pada Mahasiswa Manajemen FEB UM Metro 2016”. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (1) Ratmono, S.E, M.M. Pembimbing (2) Jati Imantoro, S.E., M.E.Sy.

Minat konsumen yang berpindah dari pasar tradisional ke pasar digital memunculkan bisnis – bisnis baru yang berbasis digital. Hal ini juga mendorong minat wiraswata untuk memulai berbisnis online shop pada *marketplace*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan, *perceived benefit*, dan kemudahan penggunaan terhadap minat bisnis online pada mahasiswa manajemen FEB UM Metro 2016 di *marketplace shopee*.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif untuk mengumpulkan data di lapangan dengan mengambil sampel dari suatu populasi sebanyak 50 responden pada mahasiswa prodi manajemen FEB UM Metro 2016. Uji persyaratan analisis menggunakan uji normalitas, uji linearitas dan uji homogenitas. Pengujian model analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ). Dan menggunakan uji hipotesis statistik. Berdasarkan hasil penelitian dengan analisis linier berganda dengan uji t diperoleh citra perusahaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bisnis online di shopee, *perceived benefit* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bisnis online di shopee, sedangkan kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bisnis online di shopee. Dari uji F diperoleh citra perusahaan, *perceived benefit* dan kemudahan penggunaan secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat bisnis online di shopee.

Kata Kunci : Citra Perusahaan, Perceived Benefit, Kemudahan Penggunaan, Minat Bisnis Online di Marketplace.

## ABSTRACT

**AMELIA AYU LESTARI**, 2020. "The Effect of Company Image, Perceived Benefit, and Ease of Use on Online Business Interest in Shopee toward Management Students of FEB UM Metro 2016". Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Metro. Advisor (1) Ratmono, S.E, M.M. Advisor (2) Jati Imantoro, S.E., M.E.Sy.

The interest of consumers moving from traditional markets to digital markets has led to new digital-based businesses. It also encourages the interest of entrepreneurs to start doing online shop business in the marketplace. This study aims to determine the effect of company image, perceived benefits, and ease of use of online business interests in management students of FEB UM Metro 2016 in the shopee marketplace.

The research method used is quantitative descriptive method to collect data in the field by taking a sample of a population of 50 respondents in management students of FEB UM Metro 2016. Test requirements analysis uses the normality test, linearity test and homogeneity test. Testing the analysis of the coefficient of determination ( $R^2$ ). And use a statistical hypothesis test. Based on the results of research with linear analysis dressed with t test obtained by company image does not have a positive and significant effect on online business interest in shopee, perceived benefit does not have a positive and significant effect on online business interest in shopee, while ease of convenience has a positive and significant effect on online business interest in shopee . From the F test obtained by the company's image, perceived benefits and ease of use simultaneously there is a significant influence on online business interest in shopee.

Keywords: Corporate Image, Perceived Benefit, Ease of Use, Online Business Interest in Marketplace.

**HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJIAN**

**SKRIPSI**

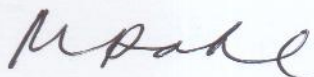
**PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, *PERCEIVED BENEFIT*, DAN  
KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT BISNIS *ONLINE* DI  
SHOPEE PADA MAHASISWA MANAJEMEN FEB UM METRO 2016**

**Amelia Ayu Lestari  
16610004**

*Telah Diuji dan Dinyatakan Lulus*

Hari : Jumat  
Tanggal : 26 Juni 2020  
Tempat Ujian : Ruang Sidang FE UM Metro

Tim Penguji,



**Ratmono, S.E., M.M.**  
NIDN. 0220076001

**Ketua Penguji**

**Jati Imantoro, S.E., M.E.Sy.**  
NIDN. 0230018302

**Sekretaris**

**Dr. Suharto, S.E., M.M.**  
NIDN. 0228035801

**Penguji Utama**

Mengetahui,  
Dekan,

**Dr. Suharto, S.E., M.M.**  
NIDN. 0228035801



**HALAMAN PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, *PERCEIVED BENEFIT*, DAN  
KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT BISNIS ONLINE DI  
SHOPEE PADA MAHASISWA MANAJEMEN FEB UM METRO 2016**

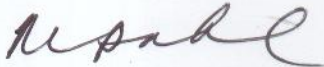
**AMELIA AYU LESTARI**

**16610004**

**Telah Disetujui Oleh :**

**Telah Disetujui Oleh:**

**Dosen Pembimbing I**



**Ratmono, S.E., M.M.**

**NIDN. 0220076001**

**Dosen Pembimbing II**



**Jati Imantoro, S.E., M.E.Sy.**

**NIDN. 0230018302**

**Mengetahui,**

**Kaprodi Manajemen**



**Febriyanto, S.E., M.M.**

**NIDN. 0223027901**

## **MOTTO**

*Everyday is race,  
The last but not least.*

*(Anonymous)*

“Berusaha, berdoa, dan berserah diri”

(Amelia Ayu Lestari)

“Man Jadda Wajada”



## PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah berkenan memberikan kekuatan, kemampuan, serta kesabaran untuk menyelesaikan skripsi ini, dan skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Ibu (Yuliani) dan Bapak (Nuridi), terima kasih untuk semua tulus ikhlas mu, kesabaran dan, kasih sayangmu, untuk semua tetes keringat dan air mata yang tidak pernah nampak dihadapan ku, untuk semua keluh kesah yang tidak pernah sampai pada telingaku, terima kasih atas doa yang tidak pernah putus untuk ku serta telah menjadi perpanjangan tangan Tuhan untuk sampainya segala hal baik dalam hidupku, pencapaianku mustahil tanpa campur tangan Mu.
2. Muhamad Amran sebagai teman dekat, yang selalu sabar dalam menghadapiku, menjawab setiap pertanyaan – pertanyaan ku serta mampu mendampingiku dalam suka maupun duka. Untuk Uli, Ila, Heppy, Diah, Dani serta teman – temanku yang lain, kehadiran kalian mampu memberiku banyak pengalaman baru yang sekaligus mampu membantuku dalam menghadapi banyak kesulitan, terima kasih kalian telah menguatkan ku.
3. Dan almamaterku Universitas Muhammadiyah Metro Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi dengan judul **"PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, *PERCEIVED BENEFIT*, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT BISNIS *ONLINE* DI SHOPEE PADA MAHASISWA MANAJEMEN UM METRO 2016"** dapat diselesaikan dengan baik.

Adapun tujuan dari penulisan proposal ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang strata 1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Penulis menyadari bahwa terwujudnya proposal ini karena adanya bimbingan, bantuan, saran dan pengarahan dari berbagai pihak. Dengan kerendahan hati dan rasa hormat penulis menyampaikan terimakasih atas segala bantuan yang telah diberikan. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

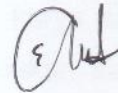
1. Drs. H. Jazim Ahmad, M.Pd. Rektor Universitas Muhammadiyah Metro.
2. Dr. Suharto, S.E., M.M. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
3. Febriyanto, S.E., M.M. Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro,
4. Ratmono, S.E., M.M. Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, memberikan saran dan pengarahan serta dengan sabar membimbing hingga terselesaikannya proposal ini.
5. Jati Imantoro, S.E., M.E.Sy. Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, memberikan saran dan pengarahan serta dengan sabar membimbing hingga terselesaikannya proposal ini.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro yang telah tulus memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
7. Dan tak lupa juga kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan penyusunan proposal ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam proposal ini, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran dan

kritik yang membangun guna perbaikan dan kesempurnaan dalam penyusunan proposal ini. Semoga proposal ini dapat bermanfaat bagi kita semua, khususnya bagi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Metro.

Metro, Juni 2020

Penulis



**Amelia Ayu Lestari**

NPM. 16610004

## PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Amelia Ayu Lestari  
NPM : 16610004  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul "**PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, *PERCEIVED BENEFIT*, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT BISNIS *ONLINE* DI SHOPEE PADA MAHASISWA MANAJEMEN UM METRO 2016**" adalah benar hasil karya saya sendiri dan bukan hasil plagiat dari karya orang lain, yang merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan pogram S-1 pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.

Apabila dikemudian hari terdapat unsur plagiat dalam isi skripsi tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik, sarjana ekonomi dan bisnis dan akan mempertanggung jawabkannya secara hukum.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya.

Metro, 11 Juli 2020

Yang membuat pernyataan,

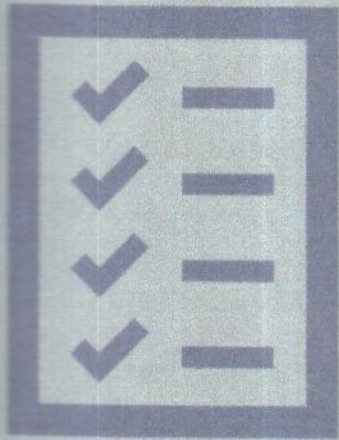


Amelia Ayu Lestari

NPM.16610004



UNIT PUBLIKASI ILMIAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
METRO



# SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (*SIMILARITY CHECK*)

Nomor: 1218/II.3.AU/F/UPI-UK/2020

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

**Nama** : AMELIA AYU LESTARI  
**NPM** : 16610004  
**Jenis Dokumen** : SKRIPSI

**Judul :**

**PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, PERCEIVED BENEFIT, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT BISNIS ONLINE DI SHOPEE PADA MAHASISWA MANAJEMEN FEB UM METRO 2016**

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Turnitin*. Dokumen yang telah diperiksa dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase kesamaan  $\leq 20\%$ . Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Metro, 23 Juni 2020  
Kepala Unit,

Swaditya Rizki, S.Si., M.Sc.  
NIDN. 0224018703

alamat:

Jl. Hajar Dewantara No.116  
Kampung Mulyo, Kec. Metro Timur Kota  
Metro, Lampung, Indonesia

Website: [www.upi.ummetro.ac.id](http://www.upi.ummetro.ac.id)  
Email: [upi.ummetro@gmail.com](mailto:upi.ummetro@gmail.com)

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN LOGO .....	ii
HALAMAN JUDUL.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
RINGKASAN.....	vi
HALAMAN PERSETUJUAN .....	vii
HALAMAN PENGESAHAN.....	viii
MOTTO .....	ix
PERSEMBAHAN.....	x
KATA PENGANTAR .....	xi
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	xiii
SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (Similarity Check).....	xiv
DAFTAR ISI .....	xv
DAFTAR TABEL .....	xix
DAFTAR GAMBAR .....	xxi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xxii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	6

D. Kegunaan Penelitian .....	6
E. Asumsi Penelitian.....	7
F. Ruang Lingkup Penelitian .....	7
<b>BAB II KAJIAN LITERATUR.....</b>	<b>8</b>
A. Kajian Literatur .....	8
1. Kewirausahaan ( <i>Entrepreneurship</i> ) .....	8
a. Pengertian Kewirausahaan.....	8
b. Kewirausahaan Berbasis Teknologi.....	8
2. Citra Perusahaan ( <i>Corporate Image</i> ).....	9
a. Pengertian Citra Perusahaan.....	9
b. Manfaat Citra Perusahaan .....	9
c. Dimensi Citra Perusahaan .....	11
3. Persepsi Manfaat ( <i>Perceived Benefit</i> ) .....	12
a. Pengertian <i>Perceived Benefit</i> .....	12
b. Dimensi <i>Perceived Benefit</i> .....	14
4. Kemudahan Penggunaan .....	14
a. Pengertian Kemudahan Penggunaan .....	14
b. Faktor – faktor yang Berpengaruh Terhadap Kemudahan Penggunaan Teknologi.....	15
c. Dimensi Kemudahan Penggunaan .....	16
5. Minat Bisnis Online.....	17
a. Minat .....	17
b. Faktor – faktor Timbulnya Minat.....	19
c. Dimensi Minat.....	19
d. Bisnis Online ( <i>E-commerce</i> ) .....	20
e. Keuntungan dan Kerugian Bisnis Online.....	21
6. <i>Marketplace</i> .....	22
a. Pengertian <i>Marketplace</i> .....	22
b. Jenis – jenis <i>Marketplace</i> .....	23
c. Manfaat Penggunaan <i>Marketplace</i> .....	23
B. Penelitian Relevan .....	24
C. Kerangka Pemikiran.....	26
D. Hipotesis Penelitian.....	27

<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>28</b>
A. Desain Penelitian .....	28
B. Tahapan Penelitian .....	28
1. Teknik Sampling.....	28
2. Tahapan.....	29
C. Definisi Operasional Variabel .....	29
1. Variabel Bebas .....	29
2. Variabel Terikat .....	30
D. Teknik Pengumpulan Data .....	31
1. Studi Pustaka .....	31
2. Angket.....	31
E. Instrumen penelitian.....	31
F. Teknik Analisis Data.....	32
1. Pengujian Persyaratan Instrumen.....	32
a. Uji Validitas.....	32
b. Uji Reliabilitas .....	33
2. Pengujian Persyaratan Analisis Regresi .....	33
a. Uji Normalitas .....	33
b. Uji Linieritas .....	34
c. Uji Homogenitas .....	34
3. Pengujian Hipotesis.....	34
a. Regresi Linier Berganda .....	34
b. Uji Parsial T .....	35
c. Uji Simultan F .....	35
d. Koefisien Diterminasi ( $R_2$ ).....	36
4. Hipotesis Statistik .....	36
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>38</b>
A. Gambaran Umum.....	38
1. Sejarah Singkat Shopee.....	38
2. Model Bisnis Shopee.....	38
B. Hasil Penelitian .....	38
1. Deskripsi Data .....	38



2. Analisis Data .....	39
a. Pengujian Persyaratan Instrumen.....	39
1) Uji Validitas .....	39
2) Uji Reliabilitas .....	43
b. pengujian Persyaratan Analisis.....	44
1) Uji Normalitas .....	44
2) Uji Linearitas.....	45
3) Uji Homogenitas .....	47
c. Deskripsi Hasil Kuesioner .....	48
d. Pengujian Model Analisis.....	56
1) Analisis Regresi Linier Berganda .....	56
2) Uji T .....	58
3) Uji F .....	58
4) Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	59
5) Hasil Uji Hipotesis Statistik.....	60
C. Pembahasan.....	61
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>63</b>
A. Simpulan.....	63
B. Saran .....	63

#### DAFTAR LITERATUR

#### LAMPIRAN – LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Relevan .....	24
Tabel 3.1 Tabel Skor .....	31
Tabel 3.2 Butir Angket .....	31
Tabel 4.1 Uji Validitas Variabel Citra Perusahaan(X1) .....	39
Tabel 4.2 Uji Validitas Variabel <i>Perceived Benefit</i> (X2) .....	40
Tabel 4.3 Uji Validitas Variabel Kemudahan Penggunaan (X3).....	41
Tabel 4.4 Uji Validitas Variabel Minat Bisnis Online (Y) .....	42
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas Citra Perusahaan (X1) .....	43
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas <i>Perceived Benefit</i> (X2) .....	44
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas Kemudahan Penggunaan (X3).....	44
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Minat Bisnis Online (Y).....	44
Tabel 4.9 Uji Normalitas.....	45
Tabel 4.10 Uji Linearitas Y Terhadap X1 .....	45
Tabel 4.11 Uji Linearitas Y Terhadap X2 .....	46
Tabel 4.12 Uji Linearitas Y Terhadap X3 .....	46
Tabel 4.13 Uji Homogenitas X1 Terhadap Y .....	47
Tabel 4.14 Uji Homogenitas X2 Terhadap Y .....	47
Tabel 4.15 Uji Homogenitas X3 Terhadap Y .....	48
Tabel 4.16 Distribusi Frekuensi Citra Perusahaan (X1) .....	49
Tabel 4.17 Distribusi Frekuensi <i>Perceived Benefit</i> (X2) .....	51

Tabel 4.18 Ditribusi Frekuensi Kemudahan Penggunaan (X3).....	53
Tabel 4.19 Distribusi Frekuensi Minat Bisnis Online (Y).....	55
Tabel 4.20 HasilUji Regresi Linier Berganda.....	57
Tabel 4.21 Hasil Uji F .....	59
Tabel 4.22 Hasil Koefisien Determinasi .....	59
Tabel 4.23 Rekapitulasi Hasil Hipotesis Statistik.....	60

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Persaingan <i>Marketplace</i> di Indonesia Tahun 2019.....	3
Gambar 1.2 Grafik Kelompok Usia Pengunjung <i>Marketplace</i> di Indonesia .....	4
Gambar 2.1 Model <i>Marketplace</i> .....	22
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian .....	26
Gambar 4.1 Diagram Citra Perusahaan (X1) .....	50
Gambar 4.2 Diagram <i>Perceived Benefit</i> (X2) .....	52
Gambar 4.3 Diagram Kemudahan Penggunaan (X3).....	54
Gambar 4.4 Diagram Minat Bisnis Online (Y) .....	56

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner .....	68
Lampiran 2 Data Tabulasi Kuesioner .....	75
Lampiran 3 Total Skor Data Tabulasi Kuesioner .....	83
Lampiran 4 Uji Validitas .....	85
Lampiran 5 Data Tabulasi Kuesioner Setelah Uji Validitas .....	89
Lampiran 6 Total Skor Data Tabulasi Kuesioner Setelah Uji Validitas .....	97
Lampiran 7 Uji Reliabilitas .....	99
Lampiran 8 Uji Normalitas .....	100
Lampiran 9 Uji Linieritas .....	103
Lampiran 10 Uji Homogenitas .....	106
Lampiran 11 Uji Regresi Linier Berganda .....	108
Lampiran 12 Uji t .....	109
Lampiran 13 Uji F .....	109
Lampiran 14 Uji Koefisien Determinasi .....	110
Lampiran 15 Hipotesis Statistik .....	110
Lampiran 16 r Tabel .....	111
Lampiran 17 t Tabel .....	113
Lampiran 18 f Tabel .....	115