

**ANALISIS MOTIVASI
PEMBELIAN DALAM APLIKASI MENGGUNAKAN PENDEKATAN
EXPECTATION CONFIRMATORY MODEL**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
dalam memperoleh gelar Sarjana Komputer
Program Studi Sistem Informasi**



Disusun Oleh:

CANANG CITA GEMILANG

1535010060

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
S U R A B A Y A**

2022

SKRIPSI

ANALISIS MOTIVASI PEMBELIAN DALAM APLIKASI
MENGUNAKAN PENDEKATAN EXPECTATION CONFIRMATORY
MODEL

Disusun Oleh:

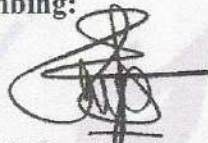
CANANG CITA GEMILANG

1535010060

Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas
Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur Pada Tanggal 28 Mei 2022

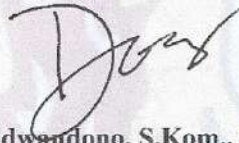
Pembimbing:

1.



Tri Lathif Mardi Survanto, S.Kom., M.T.
NIPPPK. 19890225 2021211 001

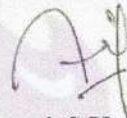
2.



Doddy Ridwandono, S.Kom., M.Kom.
NPT. 3 7805 07 0218 1


Tim Penguji:

1.



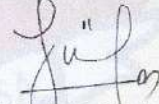
Asif Faroqi, S.Kom., M.Kom.
NIP. 19870519 2018031 001

2.



Anita Wulansari, S.Kom., M.Kom.
NPT. 202198 71 015202

3.



Eristva Maya Safitri, S.Kom., M.Kom.
NIP. 19930316 2019032 020

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Komputer
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur



Dr. Ir. Ni Ketut Sari, MT.
NIP. 19650731 199203 2 001

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS MOTIVASI PEMBELIAN DALAM APLIKASI
MENGUNAKAN PENDEKATAN EXPECTATION CONFIRMATORY
MODEL**

Disusun Oleh:

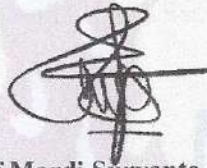
CANANG CITA GEMILANG

1535010060

**Telah disetujui mengikuti Ujian Negara Lisan Gelombang Mei
Periode 2022 pada Tanggal 28 Mei 2022**

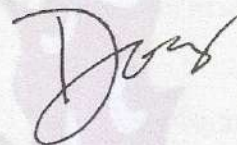
Menyetujui,

Dosen Pembimbing 1



Tri Lathif Mardi Suryanto, S.Kom., M.T.
NIPPPK. 19890225 2021211 001

Dosen Pembimbing 2



Doddy Ridwandono, S.Kom., M.Kom.
NPT. 3 7805 07 0218 1

Mengetahui,

Ketua Program Studi Sistem Informasi

Fakultas Ilmu Komputer

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur



Nur Cahyo Wibowo, S.Kom., M.Kom.
NIPPPK. 19790317 2021211 002



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU KOMPUTER

KETERANGAN REVISI

Kami yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut:

Nama : Canang Cita Gemilang

NPM : 1535010060

Program Studi : Sistem Informasi

Telah mengerjakan revisi Ujian Negara Lisan Skripsi pada tanggal 28 Mei 2022 dengan judul:

**ANALISIS MOTIVASI PEMBELIAN DALAM APLIKASI
MENGUNAKAN PENDEKATAN EXPECTATION CONFIRMATORY
MODEL**

Oleh karenanya mahasiswa tersebut diatas dinyatakan bebas revisi Ujian Negara Lisan Skripsi dan diijinkan untuk membukukan laporan SKRIPSI dengan judul tersebut.

Surabaya, 8 Juli 2022

Dosen penguji yang memeriksa revisi:

1. Asif Faroqi, S.Kom., M.Kom.
NIP. 19870519 2018031 001
2. Anita Wulansari, S.Kom., M.Kom.
NPT. 202198 71 015202
3. Eristya Maya Safitri, S.Kom., M.Kom.
NIP. 19930316 2019032 020

{
[Signature]
}
{
[Signature]
}
{
[Signature]
}

Mengetahui,

Dosen Pembimbing 1

[Signature]

Tri Lathif Mardi Suryanto, S.Kom., M.T.
NIPPPK. 19890225 2021211 001

Dosen Pembimbing 2

[Signature]

Doddy Ridwandono, S.Kom., M.Kom.
NPT. 3 7805 07 0218 1



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU KOMPUTER

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Canang Cita Gemilang

NPM : 1535010060

Program Studi : Sistem Informasi

Menyatakan bahwa Judul Skripsi/Tugas Akhir sebagai berikut:

**ANALISIS MOTIVASI PEMBELIAN DALAM APLIKASI MENGGUNAKAN
PENDEKATAN EXPECTATION CONFIRMATORY MODEL**

Bukan merupakan plagiat dari Skripsi/Tugas Akhir/Penelitian orang lain dan juga bukan merupakan Produk/Software/Hasil Karya yang saya beli dari orang lain.

Saya juga menyatakan bahwa Skripsi/Tugas Akhir ini adalah pekerjaan saya sendiri, kecuali yang dinyatakan dalam Daftar Pustaka dan tidak pernah diajukan untuk syarat memperoleh gelar di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur maupun di Institusi Pendidikan lain. Jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, maka saya bertanggung jawab penuh dan siap menerima segala konsekuensinya.

Surabaya, 1 Juli 2022

Hormat saya,



Canang Cita Gemilang

1535010060

JUDUL : **ANALISIS MOTIVASI PEMBELIAN DALAM APLIKASI MENGGUNAKAN PENDEKATAN EXPECTATION CONFIRMATORY MODEL**

Pembimbing 1 : **Tri Lathif Mardi Suryanto, S.Kom, M.T**

Pembimbing 2 : **Doddy Ridwandono, S.Kom., M.Kom.**

ABSTRAK

Penggunaan aplikasi berbayar di Indonesia semakin menjamur. Sementara banyak laporan memprediksi potensi pertumbuhan yang besar untuk pasar aplikasi seluler, penelitian ini berfokus tentang niat pengguna untuk membeli aplikasi berbayar. Niat untuk membeli atau memakai suatu merek (*purchase intention*) merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui faktor apa yang mempengaruhi terbentuknya *Purchase Intention*. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode Expectation Confirmation Model. Variable yang digunakan dalam penelitian yaitu *perceived value*, *confirmation*, *satisfaction*, *habit*, *free alternative*, *purchase intention* dan *app rating*. Jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 107 responden pengguna aplikasi berbayar di Indonesia. Data penelitian ini dianalisis menggunakan SEM-PLS dengan perangkat lunak WarpPLS 7.0.

Berdasarkan hasil penelitian, faktor yang mempengaruhi terbentuknya *Purchase Intention* dalam pembelian aplikasi berbayar adalah variabel *Habit*, *Free Alternative* dan *Perceived Value* yang berpengaruh signifikan ($P \text{ values} < 0.05$). Sedangkan faktor *Rating* dan *Satisfaction* tidak berpengaruh signifikan ($P \text{ values} > 0.05$) terhadap *Purchase Intention*. Faktor yang paling berpengaruh yaitu *Habit* karena memiliki *path coefficient* yang paling besar yaitu sebesar 0.416 dibanding dengan *perceived value* dan *free alternative*.

Hasil penelitian ini memberikan insight kepada pengembang aplikasi untuk mengembangkan kebiasaan melakukan pembelian aplikasi berbayar melalui serangkaian kampanye marketing dan meningkatkan pengalaman penggunaan.

Kata Kunci: Expectation Confirmation Model, Purchase Intention, Aplikasi Berbayar

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Motivasi Pembelian Dalam Aplikasi Menggunakan Pendekatan Expectation Confirmatory Model” dengan tepat. Pengerjaan skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan gelar Sarjana Komputer bagi mahasiswa S1 Program Studi Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa dalam pengerjaan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak yang senantiasa meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya. Dalam kesempatan ini, secara khusus penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Kepada kedua orang tua yang telah memberikan doa, motivasi, dan juga dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Seluruh keluarga besar penulis yang memberikan dukungan setiap saat.
3. Bapak Nur Cahyo Wibowo S.Kom, M.Kom selaku Koordinator Program Studi Sistem Informasi UPN “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Tri Latrif Mardi Suryanto, S.Kom., M.T dan bapak Doddy Ridwandono, S.Kom, M.Kom selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberikan masukan, memberikan ilmunya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Sistem Informasi yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama perkuliahan.

6. Kepada responden yang terhormat, terimakasih banyak atas partisipasinya yang sangat berarti bagi penulis.
7. Teman-teman Sistem Informasi UPN "Veteran" Jawa Timur yang selalu memberikan dukungan dan juga masukan kepada penulis.
8. Kepada para sahabat-sahabat penulis yang selalu mendukung dan memberi motivasi penulis setiap saat ketika pengerjaan skripsi ini.

Akhir kata, penulis ucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, memberi motivasi, dan bimbingan kepada penulis. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan dan penulis berharap skripsi ini bermanfaat bagi seluruh pihak. Semoga Allah SWT selalu memberikan berkah, rahmat, dan ridho-Nya untuk kita semua.

Surabaya, 28 Mei 2022

Penulis

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.1.1 Pendahuluan Obyek Riset	1
1.1.2 Tingkat Besaran Pentingnya Penelitian Dilakukan	3
1.1.3 Cara Penyelesaian Masalah/ Penelitian Terdahulu/ Model	3
1.1.4 Justifikasi Dari Perlunya Meneliti Obyek Tersebut	4
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Tujuan	6
1.5 Manfaat	6
1.5.1 Bagi Peneliti / Mahasiswa	6
1.5.2 Bagi Keilmuan	6
1.5.3 Bagi Obyek Penelitian	6
1.6 Sistematika Penulisan	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Tinjauan Pustaka	9
2.1.1 Aplikasi Mobile	9
2.1.2 Aplikasi Berbayar	9
2.1.3 Perceived Value	10
2.1.4 Satisfaction	11

2.1.5 Confirmation.....	11
2.1.6 Purchase Intention.....	12
2.1.7 Metodologi Penelitian Kuantitatif	12
2.1.8 Expectation Confirmation Model	13
2.1.9 Confirmatory Factor Analysis	13
2.2 Obyek Penelitian	14
2.3 Teori Pemodelan Yang Digunakan	15
2.4 Penelitian Terdahulu Yang Sesuai Dengan Obyek Penelitian	16
2.5 Penentuan Teori Model Berdasarkan Penelitian Terdahulu.....	20
2.5.1 Konseptual Model.....	20
2.6 Kerangka Penelitian	21
2.6.1 Hipotesis	23
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....	24
3.1 Alur Penelitian.....	24
3.2 Ruang Lingkup Penelitian	25
3.3 Definisi Operasional Variable.....	25
3.4 Jenis Data	34
3.4.1 Data Primer	34
3.4.2 Data Sekunder.....	34
3.5 Sumber Data	35
3.6 Metode Populasi	36
3.6.1 Teori Populasi.....	36
3.6.2 Teknik Dan Penentuan Jumlah Populasi	36
3.7 Metode Sampling	37
3.7.1 Teori Sampling	37
3.7.2 Teknik Dan Penentuan Jumlah Sampling.....	37
3.8 Metode Pengumpulan Data (<i>Online / Offline</i>).....	38
3.9 Metode Pengujian Data Dan Alat Bantu Yang Digunakan.....	38
3.10 Metode Analisis.....	38
3.10.1 Melakukan Analisis Deskriptif.....	38
3.10.2 Melakukan Analisis Inferensial	39
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Uji Instrumen Penelitian.....	40

4.1.1 Uji Validasi Instrumen.....	40
4.1.2 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	44
4.2 Analisis Deskriptif.....	45
4.2.1 Data Demografik.....	45
4.2.2 Analisis Statistik Deskriptif Variabel	52
4.3 Hasil Uji outer model & inner model.....	65
4.3.1 Uji Outer Model.....	65
4.3.2 Uji Inner Model	72
4.4 Pembahasan Hasil Uji Model	75
Hipotesis 1. Confirmation akan berpengaruh positif pada user perceived value	76
Hipotesis 2. Confirmation akan berpengaruh positif terhadap user satisfaction.	76
Hipotesis 3. Satisfaction akan berpengaruh positif terhadap user intention to purchase.	77
Hipotesis 4. Perceived value akan berpengaruh positif terhadap user satisfaction.	77
Hipotesis 5. Perceived value akan berpengaruh positif terhadap user intention to purchase.	78
Hipotesis 6. Rating yang positif akan berpengaruh positif terhadap user intention to purchase.	78
Hipotesis 7. Free alternatives to paid apps akan berpengaruh negatif terhadap user intention to purchase.	79
Hipotesis 8. Habit akan berpengaruh positif terhadap user intention to purchase.	79
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	80
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	82
5.1 Kesimpulan.....	82
5.2 Implikasi.....	83
5.3 Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA.....	84
LAMPIRAN.....	88

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Pertama	16
Tabel 2.2 Penelitian Kedua	17
Tabel 2.3 Penelitian Ketiga.....	18
Tabel 2.4 Penelitian ke empat	19
Tabel 3.1 Indikator Pertanyaan	25
Tabel 4.1 Uji Validasi Perceived Value dengan N=30	40
Tabel 4.2 Uji Validasi Confirmasi dengan N=30	41
Tabel 4.3 Uji Validasi App Rating dengan N=30.....	41
Tabel 4.4 Uji Validasi Free Alternative dengan N=30	42
Tabel 4.5 Uji Validasi App Habit dengan N=30.....	42
Tabel 4.6 Uji Validasi Satisfaction dengan N=30.....	43
Tabel 4.7 Uji Validasi Intention to Purchase dengan N=30	43
Tabel 4.8 Tabel hasil uji reliabilitas	44
Tabel 4.9.1 Descriptive Statistics Perceived Value	52
Tabel 4.9.2 Frekuensi Jawaban Variabel Perceived Value	53
Tabel 4.10.1 Descriptive Statistics Variabel Confirmation	56
Tabel 4.10.2 Frekuensi Jawaban Variabel Confirmation.....	56
Tabel 4.11.1 Descriptive Statistics Variabel App Rating	57
Tabel 4.11.2 Frekuensi Jawaban Variabel App Rating.....	58
Tabel 4.12.1 Descriptive Statistics Variabel Free Alternative.....	58
Tabel 4.12.2 Frekuensi Jawaban Variabel Free Alternative	59
Tabel 4.13.1 Descriptive Statistics Variabel Habit	60
Tabel 4.13.2 Frekuensi Jawaban Variabel Habit	60
Tabel Descriptive Statistics.....	62

Tabel Descriptive Statistics.....	62
Tabel Descriptive Statistics.....	63
Tabel Descriptive Statistics.....	64
Tabel 4.4.1 Tabel Indikator sebelum dihapus	65
Tabel 4.4.2 Tabel Indikator setelah dihapus	67
Tabel 4.4.3 Nilai AVE	70
Tabel 4.4.4 Tabel Discriminant Validity	71
Tabel 4.4.5 Tabel Composite Reliability	71
Tabel 4.4.6 Tabel R-Square	72
Tabel 4.4.7 Tabel Q-Square	73
Tabel 4.4.8 Tabel Index Fit.....	73
Tabel 4.5 Tabel Path Coefficients.....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penetrasi Pengguna Ponsel Pintar di Indonesia.....	2
Gambar 2.1 Worldwide App Revenue	14
Gambar 2.2 Top App Store Consumer Spend.....	14
Gambar 2.3 Kerangka Model.....	21
Gambar 2.4 Hipotesis.....	23
Gambar 3.1 Alur Penelitian.....	24
Gambar 3.2 Jumlah Pengguna Aplikasi Berbayar di Indonesia tahun 2017.....	37
Gambar 4.1 Grafik Jenis Kelamin.....	45
Gambar 4.2 Grafik Usia	46
Gambar 4.3 Grafik Lokasi	47
Gambar 4.4 Grafik Tingkat Pendidikan	48
Gambar 4.5 Grafik Platform	49
Gambar 4.6 Grafik Pengeluaran responden	50
Gambar 4.7 Grafik Prefrensi Pembayaran	51
Gambar 4.5 Hasil Pengujian Hipotesis	75