

PENGARUH FAKTOR UTAUT 2 TERHADAP MINAT DAN PERILAKU

KONSUMEN DALAM BERINVESTASI *E-GOLD*

(Studi Kasus Pada Aplikasi Tring! By Pegadaian Indonesia)

SKRIPSI



Disusun Oleh:

VINDYA NOVA NUR KHUMAIRO

22032010078

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

FAKULTAS TEKNIK DAN SAINS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

2026

**PENGARUH FAKTOR UTAUT 2 TERHADAP MINAT DAN PERILAKU
KONSUMEN DALAM BERINVESTASI E-GOLD**

(Studi Kasus Pada Aplikasi Tring! By Pegadaian Indonesia)

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Teknik

Program Studi Teknik Industri



Diajukan Oleh:

VINDYA NOVA NUR KHUMAIRO

NPM. 22032010078

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

FAKULTAS TEKNIK DAN SAINS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

SURABAYA

2026

SKRIPSI

**PENGARUH FAKTOR UTAUT 2 TERHADAP MINAT DAN PERILAKU
KONSUMEN DALAM BERINVESTASI E-GOLD**

(Studi Kasus Pada Aplikasi Tring! By Pegadaian Indonesia)

Disusun Oleh:

VINDYA NOVA NUR KHUMAIRO

22032010078

Telah dipertahankan dihadapan Tim Penguji Skripsi dan diterima oleh

Publikasi Jurnal Akreditasi Sinta 1-3

Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik dan Sains

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur Surabaya

Pada Tanggal : 20 Agustus 2026

Tim Penguji :

1.

Ir. Rr. Rochmoeljati, MMT.

NIP. 196110291991032001

2.

Isna Nugraha, ST., M.T., CSCA., CSSCP.

NIP. 199503012024062002

Pembimbing :

1.

Dr. Ir. Minto Waluyo, MM.

NIP. 196111301990031001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Teknik dan Sains

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Surabaya

Prof. Dr. Dra. Jarifah, M.P

NIP. 19650403 199103 2 001



SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Vindya Nova Nur Khumairo
NPM : 22032010078
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Teknik Industri
Fakultas : Teknik dan Sains

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 26 Agustus 2026

Yang Membuat pernyataan



Vindya Nova Nur Khumairo

NPM. 22032010078

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Faktor UTAUT 2 Terhadap Minat Dan Perilaku Konsumen Dalam Berinvestasi *E-Gold* (Studi Kasus Pada Aplikasi Tring! By Pegadaian Indonesia)” dengan baik dan tepat pada waktunya.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik dan Sains, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis memperoleh banyak bimbingan, bantuan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT., IPU selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Prof. Dr. Dra. Jariyah, MP selaku Dekan Fakultas Teknik dan Sains Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Ir. Rusindiyanto, MT. selaku Koordinator Program Studi Teknik Industri Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Dr. Ir. Minto Waluyo, MM. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan arahan, saran, serta motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Ibu Ir. Iriani, MMT., Ibu Enny Ariyani, ST., MT., Ibu Ir. Rr. Rochmoeljati, MMT., dan Ibu Isna Nugraha, ST., M.T., CSCA., CSSCP selaku Dosen

Penguji yang telah memberikan saran, kritik, serta masukan yang membangun dalam penelitian ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

6. Seluruh dosen dan staf Program Studi Teknik Industri Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan ilmu dan pengalaman selama masa perkuliahan.
7. Ayah dan Ibu tercinta, yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dukungan, serta pengorbanan tanpa henti kepada penulis. Terima kasih atas segala kerja keras yang telah diupayakan demi pendidikan dan masa depan penulis. Terima kasih telah menjadi sumber kekuatan dan semangat dalam setiap langkah kehidupan, khususnya selama proses penyusunan skripsi ini. Segala pencapaian yang diraih penulis tidak lepas dari perjuangan dan ketulusan Ayah dan Ibu.
8. Adik penulis yaitu Rendra, adik sepupu penulis yaitu Abel dan Bella, serta keluarga penulis, terima kasih atas doa, dukungan, perhatian, semangat, dan kebersamaan yang selalu diberikan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan penulis dengan memberikan keceriaan, motivasi, serta energi positif di setiap proses yang dilalui. Kehadiran kalian memberikan warna dan kebahagiaan tersendiri di tengah berbagai tantangan selama penyelesaian skripsi ini.
9. Kepada sahabat dan teman-teman terdekat penulis, yaitu Zilah, Amel, Silvi, Lovia, Alyana, Nisfal, Desy, dan Farista, terima kasih telah kebersamaan penulis selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Terima kasih

atas dukungan, semangat, dan kebersamaan yang diberikan. Bersama kalian, penulis tidak pernah merasa sendiri dalam menjalani setiap proses ini. Semoga kebersamaan yang telah terjalin dapat terus terjaga di masa mendatang.

10. Kepada diri penulis sendiri, terima kasih atas segala upaya telah diberikan hingga skripsi ini dapat terselesaikan. Perjalanan ini bukanlah proses yang mudah, namun setiap tahapan yang telah dilalui menjadi pembelajaran dan kenangan yang berharga. Penyelesaian skripsi ini bukan hanya sebagai pencapaian akademik, tetapi juga sebagai bentuk bakti dan tanggung jawab kepada orang tua serta seluruh pihak yang telah berjasa dalam perjalanan pendidikan penulis.
11. Seluruh responden penelitian yang telah membantu penulis dalam melakukan penelitian dan pihak-pihak lain yang terkait baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan dan menjadi hasil yang bernilai dari seluruh proses yang telah dilalui.

Surabaya, 02 Agustus 2026

Penulis

DAFTAR ISI

COVER	
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Batasan Masalah.....	13
1.4 Asumsi	14
1.5 Tujuan Penelitian	14
1.6 Manfaat Penelitian	15
1.7 Sistematika Penulisan	16
BAB II.....	19
TINJAUAN PUSTAKA	19
2.1 Manajemen Pemasaran.....	19
2.1.1 Pengertian Pemasaran	19

2.1.2	Fungsi Pemasaran	20
2.1.3	Strategi Pemasaran	21
2.2	Perilaku Konsumen	22
2.2.1	Definisi Perilaku Konsumen	22
2.2.2	Jenis Perilaku Konsumen	23
2.2.3	Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	24
2.3	<i>Financial Technology</i>	25
2.4	Teori Penerimaan Teknologi.....	28
2.4.1	Technology Acceptance Model (TAM)	28
2.4.2	Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) ..	30
2.4.3	Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2)	33
2.5	Konstruk-Konstruk Utama UTAUT 2	36
2.5.1	Ekspektasi Kinerja (<i>Performance Expectancy</i>)	36
2.5.2	Ekspektasi Usaha (<i>Effort Expectancy</i>)	37
2.5.3	Pengaruh Sosial (<i>Social Influence</i>)	39
2.5.4	Kondisi yang memfasilitasi (<i>Facilitating Conditions</i>).....	40
2.5.5	Motivasi Hedonis (<i>Hedonic Motivaton</i>)	41
2.5.6	Nilai Harga (<i>Price Value</i>)	42
2.5.7	Kebiasaan (<i>Habit</i>)	43
2.6	Minat perilaku (<i>Behavior Intention</i>)	44
2.7	Perilaku penggunaan (<i>Use Behavior</i>).....	46
2.8	Aplikasi Tring! by Pegadaian	46

2.8.1	Tabungan Emas	48
2.8.2	Cicil Emas	49
2.8.3	Deposito Emas	50
2.8.4	Gadai Tabungan Emas	50
2.8.5	Jual Emas (<i>Buyback</i>)	51
2.9	Hubungan Antar Variabel	51
2.10	Hipotesis.....	57
2.11	Pengukuran Variabel.....	59
2.11.1	Kuesioner	59
2.11.2	Skala Pengukuran.....	60
2.11.3	Populasi dan Sampel	61
2.11.4	Teknik Sampling	62
2.11.5	Uji <i>Goodness of Fit</i>	64
2.11.6	Uji Kecukupan Data	66
2.11.7	Uji Validitas	67
2.11.8	Uji Signifikansi	69
2.11.9	Uji Reliabilitas	69
2.11.10	Uji Korelasi	70
2.12	<i>Strcutural Equation Modeling</i> (SEM).....	71
2.12.1	Pengertian <i>Strcutural Equation Modeling</i> (SEM).....	71
2.12.2	Jenis <i>Strcutural Equation Model</i> (SEM).....	73
2.12.3	Langkah <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....	78

2.12.4	Persamaan Simultan dalam <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	83
2.13	AMOS	84
2.14	Penelitian Terdahulu	85
BAB III		89
METEDOLOGI PENELITIAN		89
3.1	Tempat dan Waktu Penelitian	89
3.2	Identifikasi Variabel	89
3.2.1	Variabel Terikat	89
3.2.2	Variabel Bebas	90
3.3	Indikator Variabel	90
3.4	Hipotesis	92
3.5	Teknik Pengumpulan Data	95
3.6	Langkah-Langkah Penyelesaian Masalah	95
BAB IV		105
HASIL DAN PEMBAHASAN		105
4.1	Pembuatan Diagram Jalur	105
4.2	Penyusunan Kuesioner	106
4.3	Penyebaran Kuesioner	106
4.4	Pengumpulan Data	107
4.4.1	Distribusi Frekuensi	108
4.5	Pengolahan Data Kuesioner	110
4.5.1	Uji Kecukupan Data	110

4.5.2	Memilih Matriks dan Estimasi SEM.....	110
4.6	Konversi Diagram Jalur	111
4.6.1	Model Pengukuran	111
4.6.2	Model Struktural	118
4.6.3	Model Modifikasi.....	121
4.7	Persamaan Simultan	130
4.8	Uji Hipotesis	134
4.8.1	Hipotesis ke-1	134
4.8.2	Hipotesis ke-2	135
4.8.3	Hipotesis ke-3	136
4.8.4	Hipotesis ke-4	137
4.8.5	Hipotesis ke-5	138
4.8.6	Hipotesis ke-6	138
4.8.7	Hipotesis ke-7	139
4.8.8	Hipotesis ke-8	140
4.8.9	Hipotesis ke-9	141
4.8.10	Hipotesis ke-10	142
4.9	Pembahasan.....	143
4.10	Strategi Kualitatif Fokus Pada Hasil Kuesioner Untuk Meningkatkan Perilaku penggunaan Melalui Minat perilaku	150
BAB V		154
KESIMPULAN DAN SARAN		154
5.1	Kesimpulan	154

5.2	Saran.....	155
	DAFTAR PUSTAKA	156
	LAMPIRAN	L1

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Indikator Ekspektasi Kinerja	37
Tabel 2. 2 Metode Pembayaran Tring! by Pegadaian	48
Tabel 2. 3 Tabel pengaruh hubungan antar variabel	55
Tabel 2. 4 Goodness of Fit Indices.....	66
Tabel 2. 5 Memilih Teknik Estimasi.....	67
Tabel 2. 6 Nilai Koefisien Korelasi.....	71
Tabel 2. 7 Kriteria Penggunaan CB-SEM, PLS-SEM dan GSCA.....	76
Tabel 3. 1 Indikator-Indikator Variabel	91
Tabel 4. 1 Rentang dan Indikator	108
Tabel 4. 2 Distribusi Frekuensi Tiap Indikator	109
Tabel 4. 3 Nilai Goodness of Fit dan Cut off Value Model Pengukuran.....	112
Tabel 4. 4 Estimate Standarized Regression Weight Model Pengukuran.....	113
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas Model Pengukuran	115
Tabel 4. 6 Uji Korelasi	117
Tabel 4. 7 Hasil Uji Multikolinearitas.....	118
Tabel 4. 8 Hasil Uji Goodness of Fit dan Cut of Value Model Struktural.....	119
Tabel 4. 9 Covariance	120
Tabel 4. 10 Nilai <i>Goodness of Fit</i> dan <i>Cut off Value</i> Model Modifikasi	123
Tabel 4. 11 Estimate Standardized Regression Weight Model Modifikasi	126
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas Model Modifikasi.....	129
Tabel 4. 13 Hasil Rekapitulasi Hipotesis	143

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jenis Investasi Paling Banyak Diminati di Indonesia	2
Gambar 1. 2 Rating Aplikasi di Google Play Store	3
Gambar 1. 3 Ulasan Negarif Mengenai Ekspektasi Kinerja Terhadap Tring!	4
Gambar 1. 4 Ulasan Negarif Mengenai Ekspektasi Usaha Terhadap Tring!	5
Gambar 1. 5 Ulasan Negarif Mengenai Kondisi Yang Memfasilitasi Terhadap Tring!.....	6
Gambar 1. 6 Ulasan Negarif Mengenai Motivasi Hedonis Terhadap Tring!.....	6
Gambar 1. 7 Ulasan Negarif Mengenai Nilai Harga Terhadap Tring!	7
Gambar 1. 8 Ulasan Negarif Mengenai Kebiasaan Terhadap Tring!.....	8
Gambar 1. 9 Hasil Pra Survei.....	10
Gambar 1. 10 Kerangka Konseptual Penelitian	12
Gambar 3. 1 Model Diagram Jalur Terhadap Minat Perilaku dan Perilaku Penggunaan	92
Gambar 3. 2 Langkah-Langkah Pemecahan Masalah.....	99
Gambar 4. 1 Diagram Jalur SEM UTAUT 2 Terhadap Minat Perilaku Dan Perilaku Penggunaan	105
Gambar 4. 2 Pemilihan Matriks dan Estimasi pada AMOS 23.....	111
Gambar 4. 3 Model Pengukuran UTAUT 2 Terhadap Minat Perilaku Dan Perilaku Penggunaan	112
Gambar 4. 4 Model Struktural UTAUT 2 terhadap Minat perilaku dan Perilaku penggunaan	119

Gambar 4. 5 Model Modifikasi UTAUT 2 Terhadap Minat Perilaku Dan Perilaku Penggunaan	122
Gambar 4. 6 Output Standarized Residual Covariances	130

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Pra Survei Penelitian	L1
Lampiran 2 Tabel Hasil Pra-survey	L3
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian.....	L5
Lampiran 4 Kriterion Responden	L14
Lampiran 5 Hasil Stratifikasi Responden	L15
Lampiran 6 Hasil Rekap Responden.....	L16
Lampiran 7 Nilai Kritis Distribusi T dan Tabel Chi Square	L27
Lampiran 8 <i>Output</i> Model Pengukuran.....	L35
Lampiran 9 <i>Output</i> Model Struktural.....	L43
Lampiran 10 <i>Output</i> Model Modifikasi	L50
Lampiran 11 <i>Output Standarized Residual Covariance</i>	L58
Lampiran 12 Perhitungan Manual.....	L59

ABSTRAK

Kemajuan di bidang teknologi keuangan telah mendorong pertumbuhan adopsi platform investasi emas berbasis digital, termasuk aplikasi Tring! dari Pegadaian. Studi ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi usaha, Pengaruh sosial, Kondisi yang memfasilitasi, Motivasi hedonis, Nilai harga, dan Kebiasaan terhadap Minat perilaku dan Perilaku penggunaan pengguna aplikasi Tring! by Pegadaian. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis *Covariance-Based Structural Equation Modeling* (CB-SEM) melalui perangkat lunak AMOS 23. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 180 partisipan yang dipilih secara *purposive sampling*. Temuan pada penelitian ini mengungkapkan bahwa Ekspektasi Kinerja, Pengaruh sosial, Motivasi hedonis, dan Kebiasaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat perilaku, sedangkan Ekspektasi usaha, Kondisi yang memfasilitasi, dan Nilai harga tidak berpengaruh signifikan. Selanjutnya, Minat perilaku dan Kondisi yang memfasilitasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku penggunaan, sedangkan Kebiasaan tidak berpengaruh signifikan. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi bagi Pegadaian dalam mengoptimalkan kualitas layanan dan pengembangan fitur aplikasi Tring! sehingga dapat mendorong peningkatan minat dan perilaku penggunaan investasi emas digital.

Kata kunci: *Minat perilaku, CB-SEM, Investasi Emas Digital, Tring! by Pegadaian, Perilaku penggunaan, UTAUT2.*

ABSTRACT

Advancements in financial technology have driven the growing adoption of digital gold investment platforms, including Pegadaian's Tring! application. This study aims to examine the effects of Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Hedonic Motivation, Price Value, and Habit on Behavioral Intention and Use Behavior among users of the Tring! by Pegadaian application. This study employed a quantitative approach using Covariance-Based Structural Equation Modeling (CB-SEM) with AMOS 23 software. Data were collected through questionnaires distributed to 180 participants selected using purposive sampling. The findings reveal that Performance Expectancy, Social Influence, Hedonic Motivation, and Habit have a positive and significant effect on Behavioral Intention, while Effort Expectancy, Facilitating Conditions, and Price Value have no significant effect. Furthermore, Behavioral Intention and Facilitating Conditions have a positive and significant effect on Use Behavior, whereas Habit has no significant effect. The findings are expected to contribute to Pegadaian's efforts to optimize service quality and develop the features of the Tring! application, thereby encouraging greater intention and use behavior toward digital gold investment.

Keywords: *Behavioral intention, CB-SEM, Digital Gold Investment, Tring! by Pegadaian, use behavior, UTAUT2.*