

**PENGARUH *SELF-EFFICACY, COMPATIBILITY, PERCEIVED EASE OF USE*, DAN *PERCEIVED CONVENIENCE* TERHADAP *LOYALTY*
*THE EFFECT OF SELF-EFFICACY, COMPATIBILITY, PERCEIVED EASE OF USE, AND PERCEIVED CONVENIENCE ON LOYALTY IN THE REDDOORZ APPLICATION***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas
Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh:

Rido Arif Nurohmat

20170410263

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2023

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Rido Arif Nurohmat

Nomor Mahasiswa : 20170410263

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: "**Pengaruh *Self-Efficacy*, *Compatibility*, *Perceived Ease Of Use*, Dan *Perceived Convenience* Terhadap *Loyalty* Di Aplikasi RedDoorz**" tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 20 Maret 2023

Materai 10.000



MOTTO

“Demi Allah, apabila Allah memberi hidayah kepada seseorang karena ajaranmu,
maka itu bagimu lebih baik dari kekayaan ternak yang merah-merah.”

(-HR.Bukhari dan Muslim)

"If you want live a happy life, tie it to a goal, not to people or things."

(Albert Einstein)

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan Skripsi dengan segala kemampuan yang saya miliki. Dengan kehendaknya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Serta saya ucapkan terima kasih kepada pihak yang telah membantu dan mendukung saya selama ini.

1. Kedua orang tua saya, yang selalu membantu dan mengingatkan untuk tidak lupa dengan kewajiban serta selalu dekat dengan Allah SWT agar dipermudah segala urusan.
2. Bapak ibu dosen penguji dan pengajar yang telah meluangkan waktu dan memberikan pelajaran yang sangat berharga selama masa perkuliahan.
3. Teman-teman saya dari kelas pemasaran dan teman sejak semester satu, semoga silaturahmi kita tetap terjalin sampai kapan pun.
4. Terimakasih untuk seluruh pihak-pihak yang telah memberikan semangat, bantuan, dan dukungannya selama mengerjakan skripsi ini, semoga kebaikan kalian menjadi amal untuk kalian semua.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi Wabarakatuh

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, atas rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “Pengaruh *Self-Efficacy*, *Compatibility*, *Perceived Ease Of Use*, Dan *Perceived Convenience* Terhadap *Loyalty* Di Aplikasi RedDoorz” ini tepat pada waktunya. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat sesuai dengan apa yang diharapkan penulis, meskipun dengan segala keterbatasan yang dimiliki.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dari Fakultas Ekonomi Bisnis Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil judul ini berharap agar dapat memberikan manfaat berupa saran bagi perusahaan dan dapat meningkatkan kinerja dan juga mampu memberikan ide bagi peneliti selanjutnya yang diharapkan dapat berguna dikemudian hari.

Penulis menyadari dalam pelaksanaan dan penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan dukungan yang telah membagi sebagian pengetahuannya sehingga dapat menyelesaikan Skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

- a. Bapak Rizal Yaya, S.E., M.Sc. Ph.D., Ak, CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan kemudahan.

- b. Ibu Dr. Rr. Sri Handari Wahyuningsih, M.Si, selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk bimbingan dan kemudahan.
- c. Ibu, Dr. Indah Fatmawati, Msi., sebagai dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu memberikan masukan selama proses penyelesaian Skripsi.
- d. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan dukungan serta ilmunya kepada penulis selama ini.
- e. Keluarga serta saudara yang telah mendoakan dan memberikan dukungan.
- f. Teman-teman serta semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini terdapat beberapa kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat dibutuhkan. Namun demikian, merupakan harapan bagi penulis bila karya tulis ini dapat menjadi suatu karya yang bermanfaat.

Banjarnegara, Februari 2023

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
INTISARI.....	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Pertanyaan Penelitian.....	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENURUNAN HIPOTESIS.....	11
A. Landasan Teori.....	11
B. Temuan Penelitian Terdahulu	17
C. Pengembangan Hipotesis	21
1. Pengaruh <i>Self-Efficacy</i> Terhadap <i>Perceived Ease Of Use</i>	21
2. Pengaruh <i>Compatibility</i> Terhadap <i>Perceived Ease Of Use</i>	22

3.	Pengaruh <i>Compatibility</i> Terhadap <i>Loyalty</i>	24
4.	Pengaruh <i>Compatibility</i> Terhadap <i>Perceived Convenience</i>	26
5.	Pengaruh <i>Perceived Convenience</i> Terhadap <i>Loyalty</i>	28
6.	Pengaruh <i>Perceived Ease Of Use</i> Terhadap <i>Perceived Convenience</i>	29
7.	Pengaruh <i>Perceived Ease Of Use</i> Terhadap <i>Loyalty</i>	31
8.	Pengaruh <i>Perceived Ease Of Use</i> Sebagai Mediasi <i>Self-Efficacy</i> Terhadap <i>Loyalty</i>	32
9.	Pengaruh <i>Perceived Ease Of Use</i> Sebagai Mediasi <i>Compatibility</i> Terhadap <i>Loyalty</i>	34
10.	Pengaruh <i>Perceived Convenience</i> Sebagai Mediasi <i>Compatibility</i> Terhadap <i>Loyalty</i>	36
11.	Pengaruh <i>Perceived Convenience</i> Sebagai Mediasi <i>Perceived Ease Of Use</i> Terhadap <i>Loyalty</i>	38
D.	Model Penelitian	40
BAB III METODE PENELITIAN		41
A.	Pendekatan Penelitian	41
B.	Responden dan Objek penelitian.....	41
1.	Responden Penelitian	41
2.	Objek Penelitian	41
C.	Jenis data	42
D.	Teknik Pengambilan Sampel.....	42
1.	Populasi	42
2.	Sampel	43
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	43

F. Identifikasi Variabel.....	44
G. Definisi Operasional.....	44
H. Pengujian Kualitas Instrumen	50
1. Uji Validitas :	50
2. Uji Reliabilitas.....	50
3. Uji Mediasi	51
I. Metode Analisis Data.....	52
1. Pengembangan Model Berdasarkan Teori	53
2. Menyusun Diagram Jalur dan Persamaan Struktural	53
3. Memilih Jenis <i>Input</i> Matrik dan Estimasi Model yang Diusulkan.....	53
4. Menilai Identifikasi Model Struktural	54
5. Menilai Kriteria <i>Goodness of Fit</i>	54
6. Interpretasi dan Modifikasi Penelitian	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian	56
1. Gambaran Umum	56
2. Deskripsi Responden Penelitian	57
B. Pengujian Kualitas Instrumen	58
C. Statistik Deskriptif	60
D. Proses Analisis Data.....	63
1. Langkah 1 Pengembangan Model Berdasarkan Teori.....	64
2. Langkah 2: Menyusun Diagram Jalur	64
3. Langkah 3: Mengubah Diagram Jalur Menjadi Persamaan Struktural	65

4. Langkah 4: Memilih Jenis <i>Input</i> Matrik dan Estimasi Model yang Diusulkan	66
5. Langkah 5: Menilai Identifikasi Model Struktural	70
6. Langkah 6: Menilai Kriteria <i>Goodness-of-Fit</i>	71
7. Langkah 7: Interpretasi Estimasi Hipotesis	71
E. Pengaruh Langsung	73
F. Pengaruh Mediasi	76
G. Pembahasan	78
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN	91
A. Simpulan	91
B. Saran	93
C. Keterbatasan penelitian	94
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Konsumen Reservasi Hotel melalui Agensi Perjalanan Online tahun 2022.....	2
Gambar 2. 1 Model Penelitian	40
Gambar 4. 1 Diagram Jalur	64
Gambar 4. 2 Model Penelitian Output AMOS.....	65
Gambar 4. 3 Nilai Pengaruh Langsung Antar Variabel	72

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 2. 2 Ringkasan Pengembangan Hipotesis Pengaruh Self-Efficacy Terhadap Perceived Ease Of Use	22
Tabel 2. 3 Ringkasan Pengembangan Hipotesis Pengaruh Compatibility Terhadap Perceived Ease Of Use	23
Tabel 2. 4 Ringkasan Pengembangan Hipotesis Pengaruh Compatibility Terhadap Loyalty	26
Tabel 2. 5 Ringkasan Pengembangan Hipotesis Pengaruh Compatibility Terhadap Perceived Convenience	27
Tabel 2. 6 Ringkasan Pengembangan Hipotesis Pengaruh Perceived Convenience Terhadap Loyalty	29
Tabel 2. 7 Ringkasan Pengembangan Hipotesis Pengaruh Perceived Ease Of Use Terhadap Perceived Convenience	30
Tabel 2. 8 Ringkasan Pengembangan Hipotesis Pengaruh Perceived Ease Of Use Terhadap Loyalty	32
Tabel 2. 9 Ringkasan Pengembangan Hipotesis Perceived Ease Of Use Sebagai Mediasi Self-Efficacy Terhadap Loyalty	33
Tabel 2. 10 Ringkasan Pengembangan Hipotesis Perceived Ease Of Use Sebagai Mediasi Compatibility Terhadap Loyalty	35
Tabel 2. 11 Ringkasan Pengembangan Hipotesis Perceived Convenience Sebagai Mediasi Compatibility Terhadap Loyalty	37
Tabel 2. 12 Ringkasan Pengembangan Hipotesis Perceived Convenience Sebagai Mediasi Perceived Ease Of Use Terhadap Loyalty.....	39
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	47
Tabel 3. 2. Pilihan dan Skala Likert.....	50

Tabel 3. 3 Kriteria goodness of fit	54
Tabel 4. 1 Profil Responden.....	57
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	59
Tabel 4. 3 Interpretasi Kelas Interval	60
Tabel 4. 4 Statistik Deskriptif Variabel Self-Efficacy	60
Tabel 4. 5 Statistik Deskriptif Variabel Compatibility	61
Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif Variabel Perceived Ease of Use.....	62
Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif Variabel Perceived Convenience	62
Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif Variabel Loyalty	63
Tabel 4. 9 Uji Normalitas Data	67
Tabel 4. 10 Pengujian Normalitas Outliers	69
Tabel 4. 11 Computation of degrees of freedom (Default model).....	70
Tabel 4. 12 Result (Default Model)	70
Tabel 4. 13 Hasil Uji Goodness-of-fit Indeks	71
Tabel 4. 14 Hubungan Antar Variabel	72
Tabel 4. 15 Hasil Output Standardized Direct Effect	76
Tabel 4. 16 Hasil Output Standardized Indirect Effect.....	76
Tabel 4. 17 Hasil Uji Hipotesis (Mediasi)	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian dan Identitas Responden	106
Lampiran 2 Daftar Pernyataan	106
Lampiran 3 Karakteristik Responden.....	109
Lampiran 4 Statistik Deskriptif.....	111
Lampiran 5 Model.....	113
Lampiran 6 Uji Validitas.....	114
Lampiran 7 Uji Normalitas	115
Lampiran 8 Uji Outlier.....	116
Lampiran 9 Degree Of Freedom	119
Lampiran 10 Goodness Of Fit.....	120
Lampiran 11 Uji Hipotesis	121

