UNIVERSITAS GADJAH MADA
Pengaruh Persepsi Kemudahan Pengguna, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Resiko terhadap Kesediaan
Membayar Pengguna Shopee VIP pada Generasi Z di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan Kepercayaan
sebagai Variabel Mediasi
Marini Veronika Sanak, Putri Paramita Agritansia, S.E., M.Acc.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI iii
KATA PENGANTAR iv
DAFTAR ISI vii
DAFTAR TABEL x
DAFTAR GAMBAR xi
DAFTAR LAMPIRAN xii
INTISARI xiii
ABSTRACT xiv
GLOSARIUM xv
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 12
1.3 Pertanyaan Penelitian 13
1.4 Tujuan Penelitian 14
1.5 Motivasi Penelitian 14
1.6 Manfaat Penelitian 15
1.7 Kontribusi Penelitian 16
1.8 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian 16
1.9 Sistematis Penulisan 17
BAB II LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA 19
2.1 *Technology Acceptance Model* (TAM) 19
2.1.1 *Perceived Ease of Use* 20
2.1.2 *Perceived Usefulness* 21
2.2 *Perceived Risk* 23
2.3 *Trust* 25
2.4 *Willingness to Pay* 26
2.5 Generasi Z 28
2.6 Shopee VIP 29
2.7 Tinjauan Pustaka 31
2.8 Pengembangan Hipotesis 35
2.8.1 Pengembangan Hipotesis 1 35
2.8.2 Pengembangan Hipotesis 2 35
2.8.3 Pengembangan Hipotesis 3 36
2.8.4 Pengembangan Hipotesis 4 37

UNIVERSITAS GADJAH MADA
Pengaruh Persepsi Kemudahan Pengguna, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Resiko terhadap Kesediaan
Membayar Pengguna Shopee VIP pada Generasi Z di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan Kepercayaan
sebagai Variabel Mediasi
Marini Veronika Sanak, Putri Paramita Agritansia, S.E., M.Acc.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

2.8.5 Pengembangan Hipotesis 5 37
2.8.6 Pengembangan Hipotesis 6 38
2.8.7 Pengembangan Hipotesis 7 39
2.8.8 Pengembangan Hipotesis 8 39
2.8.9 Pengembangan Hipotesis 9 40
2.8.10 Pengembangan Hipotesis 10 41
2.9 Kerangka Berpikir 42
BAB III METODE PENELITIAN 44
3.1 Desain Penelitian 44
3.2 Definisi Operasional Variabel 44
3.2.1 Variabel Independen 44
3.2.2 Variabel Dependen 45
3.2.3 Variabel Mediasi 46
3.3 Populasi dan Sampel 48
3.3.1 Populasi 48
3.2.2 Sampel 48
3.2.3 Ukuran Sampel 49
3.4 Instrumen Penelitian 49
3.5 Teknik Pengumpulan Data 50
3.6 Pengujian Instrumen Penelitian 50
3.6.1 Uji Validitas 50
3.6.2 Uji Reliabilitas 51
3.7 Metode Analisis Data 52
3.7.1 Model Jalur 53
3.7.2 Analisis Model Pengukuran 53
3.7.3 Analisis Model Struktural 53
3.7.4 Pengujian Hipotesis 54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 55
4.1 Hasil Pengumpulan Data 55
4.1.1 Gambaran Umum Penelitian 55
4.1.2 Karakteristik Responden 55
4.2 Hasil Uji Kualitas dan Instrumen 57
4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif 57
4.3 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model) 60
4.3.1 Uji Validitas Konvergen 61
4.3.2 Uji Validitas Diskriminan 62

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh Persepsi Kemudahan Pengguna, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Resiko terhadap Kesediaan
Membayar Pengguna Shopee VIP pada Generasi Z di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan Kepercayaan
sebagai Variabel Mediasi
Marini Veronika Sanak, Putri Paramita Agritansia, S.E., M.Acc.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

4.3.3 Uji Reliabilitas 64
4.3.4 Koefisien Determinan (R^2) 65
4.4 Hasil Uji Hipotesis (*Bootstrapping*) 65
4.4.1 Hasil Uji Hipotesis Jalur Langsung 66
4.4.2 Hasil Uji Hipotesis Jalur Tidak Langsung 67
4.5 Pembahasan dan Diskusi 68
4.5.1 Hipotesis Satu 68
4.5.2 Hipotesis Dua 69
4.5.3 Hipotesis Tiga 70
4.5.4 Hipotesis Empat 71
4.5.5 Hipotesis Lima 73
4.5.6 Hipotesis Enam 74
4.5.7 Hipotesis Tujuh 76
4.5.8 Hipotesis Delapan 77
4.5.9 Hipotesis Sembilan 78
4.5.10 Hipotesis Sepuluh 80
BAB V KESIMPULAN 82
5.1 Simpulan 82
5.2 Keterbatasan 84
5.3 Saran 85
DAFTAR PUSTAKA 86
LAMPIRAN 93