

**FAKTOR-FAKTOR DALAM MODEL *UNIFIED THEORY OF  
ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 2 (UTAUT 2)*  
YANG MEMENGARUHI NIAT PERILAKU DAN PERILAKU  
PENGUNAAN PADA APLIKASI SHOPEE**

**SKRIPSI**

**Program Studi Sistem Informasi**

**Jenjang Sarjana**



**Oleh :**

**UMI PERTIWI**

**09031381823114**

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER**

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**2022**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**FAKTOR-FAKTOR DALAM MODEL *UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 2* (UTAUT 2) YANG MEMENGARUHI NIAT PERILAKU DAN PERILAKU PENGGUNAAN PADA APLIKASI SHOPEE**

Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Studi  
di Program Studi Sistem Informasi S1

Oleh

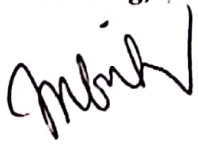
**Umi Pertiwi**

**09031381823114**

**Mengetahui,  
Ketua Jurusan Sistem Informasi,**

  
**Endang Lestari Ruskan, M.T.**  
**NIP. 197811172006042001**

**Palembang, 11 Januari 2022  
Pembimbing,**

  
**Nabila Rizky Oktadini, M.T.**  
**NIP.199110102018032001**

## HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Umi Pertiwi  
Nim : 09031381823114  
Prodi : Sistem Informasi Bilingual  
Judul Skripsi : Faktor-Faktor Dalam Model Unified Theory Of  
Acceptance And Use Of Technology 2 (UTAUT 2)  
Yang Memengaruhi Niat Perilaku Dan Perilaku  
Penggunaan Aplikasi Shopee.

Hasil Pengecekan *Software iThenticate/Turnitin* : 18%

Menyatakan bahwa laporan skripsi saya merupakan hasil karya sendiri dan bukan hasil penjiplakan/*plagiat*. Apabila ditemukan unsur penjiplakan/*plagiat* dalam laporan skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Sriwijaya sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikianlah, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak ada paksaan oleh siapapun.



**Umi Pertiwi**  
**NIM.09031381823114**


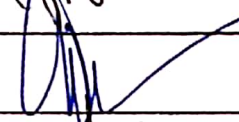
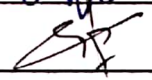
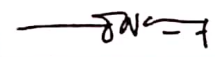
## HALAMAN PERSETUJUAN

Telah diuji dan lulus pada :

Hari : Selasa

Tanggal : 11 Januari 2022

Tim Penguji :

- |                  |                               |   |
|------------------|-------------------------------|---|
| 1. Pembimbing    | : Nabila Rizky Oktadini, M.T. | :    |
| 2. Ketua Penguji | : Jaidan Jauhari, M.T.        | :    |
| 3. Penguji 1     | : Ari Wedhasmara, M.TI.       | :   |
| 4. Penguji 2     | : Dwi Rosa Indah, M.T.        | :  |

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Sistem Informasi,

  
Endang Lestari Ruskan, M.T.  
NIP. 197811172006042001

## HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO

*“Kekuatan dan pertumbuhan hanya datang  
melalui usaha dan perjuangan tiada henti”*

*-Napoleon Hill*

*“Pemikiran yang positif adalah  
kunci kemudahan dari setiap pekerjaan”*

*-Umi Pertiwi*

Kupersembahkan ini kepada :

- Allah SWT
- Kedua orang tuaku tercinta
- Dosen pembimbing dan Dosen penguji
- Para dosen, staff dan pegawai Fakultas Ilmu Komputer UNSRI
- Almamaterku, Universitas Sriwijaya
- Sahabat dan teman-temanku tersayang

## KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji dan syukur Penulis panjatkan pada Allah SWT atas limpahan ridho, rahmat, rezeki, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Faktor-Faktor Dalam Model *Unified Theory Of Acceptance and Use Of Technology 2* (UTAUT 2) yang Memengaruhi Niat Perilaku dan Perilaku Penggunaan Pada Aplikasi Shopee”** sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata 1 (S1) pada Program Studi Sistem Informasi Bilingual Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya dengan melakukan penelitian pada masyarakat kota Palembang yang merupakan pengguna aplikasi Shopee.

Selama penulisan skripsi, penulis menemukan berbagai hambatan, rintangan serta kesulitan. Namun berkat pertolongan Allah SWT, do'a, serta dukungan dari berbagai pihak, skripsi ini dapat diselesaikan penulis dengan baik. Maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan karunia-Nya berupa kesehatan, kesempatan dan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
2. Kedua orang tua dan kedua adikku tercinta yang senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan dalam segala hal kepada penulis baik moril maupun materil selama menjalani pendidikan.
3. Keluarga besar yang selalu memberikan doa dan semangat kepada penulis selama menempuh pendidikan.

4. Bapak Jaidan Jauhari, M.T. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.
5. Ibu Endang Lestari Ruskan, M.T. selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.
6. Ibu Nabila Rizky Oktadini, M.T. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu memberikan arahan serta bimbingan kepada penulis selama melakukan penyusunan skripsi.
7. Mbak Rifka selaku admin jurusan yang membantu dan memberikan informasi selama menjalani perkuliahan hingga selesai.
8. Seluruh dosen penguji yang telah membantu membahas dan menyempurnakan skripsi ini.
9. Seluruh dosen dan pegawai Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.
10. Kak Arwin Permata Putra selaku kakak tingkat Sistem Informasi angkatan 2017 yang selalu memberikan informasi-informasi seputar skripsi kepada penulis dan membantu penulis dalam menyebarkan kuesioner serta memberikan arahan dalam pengolahan data penelitian.
11. Grup *Princess* (Tanti Hidayah, Alisia Silver Stone, Yona Saymona, Tea Anggelah dan Siti Raisah Adilah) dan Grup *Fuma Family* (Fatia Seftira, Maya Mardiana dan Astri Carolina) selaku sahabat yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis selama perkuliahan hingga selesai serta membantu menyebarkan kuesioner penelitian penulis.
12. Teman-teman seperbimbinganku, Wiwit Widhya dan Fiqih Alfito yang selalu memberikan semangat, bertukar pikiran seputar skripsi, saling bertukar

informasi seputar pemberkasan dengan penulis serta membantu menyebarkan kuesioner.

13. Teman-teman kelas SIBIL B yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, yang selalu bertukar informasi seputar perkuliahan dan telah membantu menyebarkan kuesioner penelitian penulis.
14. Kakak-kakak tingkat Jurusan Sistem Informasi yang selalu berbagi informasi seputar tugas akhir kepada penulis.
15. Teman-teman diluar kampus yang membantu penulis menyebarkan kuesioner penelitian.

Penulis menyadari skripsi ini masih belum sempurna dan masih perlu pengembangan. Maka dari itu penulis sangat terbuka untuk diberi kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan penulisan skripsi pada masa yang akan datang. Penulis juga berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan para pembaca untuk menambah ilmu pengetahuan serta melakukan penelitian selanjutnya yang sejenis.

2022

Palembang, Januari

Penulis,



Umi Pertiwi

09031381823114



## DAFTAR ISI

|   |             |
|---|-------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>  | <b>i</b>    |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>   | <b>ii</b>   |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....</b>                                   | <b>iii</b>  |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>  | <b>iv</b>   |
| <b>HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO .....</b>                                      | <b>v</b>    |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>  | <b>vi</b>   |
| <b>ABSTRAK .....</b>  | <b>ix</b>   |
| <b>ABSTRACT .....</b>   | <b>x</b>    |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>  | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>   | <b>xiv</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>   | <b>xvi</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>   | <b>xvii</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>   | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang .....  | 1           |
| 1.2 Rumusan Masalah .....   | 4           |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....   | 5           |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....  | 6           |
| 1.5 Batasan Masalah .....   | 7           |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>   | <b>8</b>    |
| 2.1 Perdagangan Elektronik ( <i>E-Commerce</i> ) .....                          | 8           |
| 2.2 Shopee.....   | 10          |
| 2.3 Aplikasi Shopee .....   | 10          |
| 2.4 Niat Perilaku dan Perilaku Penggunaan .....                                 | 13          |
| 2.5 <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2)</i> ..... | 13          |
| 2.6 Konstruksi UTAUT 2 .....  | 16          |
| 2.6.1 Ekspektasi Kinerja .....  | 16          |
| 2.6.2 Ekspektasi Usaha .....  | 17          |
| 2.6.3 Pengaruh Sosial.....  | 17          |
| 2.6.4 Kondisi yang Memfasilitasi .....  | 18          |
| 2.6.5 Motivasi Hedonis.....   | 18          |
| 2.6.6 Nilai Harga.....  | 19          |
| 2.6.7 Kebiasaan.....  | 19          |
| 2.7 Kerangka Pemikiran.....   | 20          |
| 2.8 Hipotesis Penelitian .....  | 21          |
| 2.9 Rasch Model .....   | 22          |
| 2.10 Analisis Statistik .....   | 24          |
| 2.11 Penelitian Sejenis .....   | 26          |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>                                      | <b>31</b>   |
| 3.1 Tahapan Penelitian .....  | 31          |
| 3.2 Objek dan Subjek Penelitian .....   | 33          |
| 3.3 Populasi dan Sampel .....   | 34          |
| 3.3.1 Populasi.....   | 34          |

|   |           |
|---|-----------|
| 3.3.2 Sampel .....  | 34        |
| 3.4 Variabel Penelitian.....                                | 37        |
| 3.5 Teknik Pengumpulan data.....                            | 39        |
| 3.5.1 Jenis Data.....                                       | 39        |
| 3.5.2 Metode Pengumpulan Data .....                         | 40        |
| 3.6 Skala Pengukuran.....                                   | 47        |
| 3.7 Jenis Penelitian .....                                  | 47        |
| 3.8 Teknik Analisis Data .....                              | 48        |
| 3.9 Pilot Test .....  | 48        |
| 3.10 Analisis menggunakan Rasch Model .....                 | 49        |
| 3.11 Uji Validitas .....                                    | 50        |
| 3.12 Uji Reliabilitas .....                                 | 51        |
| 3.13 Deteksi Bias Pengukuran dan Deteksi Bias Individu..... | 51        |
| 3.14 Dimensionalitas Pengukuran.....                        | 52        |
| 3.15 Analisis Regresi Linier Sederhana dan Berganda.....    | 53        |
| 3.15.1 Analisis Regresi Linier Sederhana.....               | 54        |
| 3.15.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....               | 55        |
| 3.16 Uji Asumsi Klasik.....                                 | 56        |
| 3.16.1 Uji Normalitas.....                                  | 56        |
| 3.16.2 Uji Multikolinearitas.....                           | 56        |
| 3.17 Uji F (Uji Anova).....                                 | 57        |
| 3.18 Uji T (Uji Parsial) .....                              | 58        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>                    | <b>59</b> |
| 4.1 Alur Penelitian .....                                   | 59        |
| 4.2 Pilot Test .....  | 59        |
| 4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas .....                    | 61        |
| 4.3.1 Uji Validitas.....                                    | 61        |
| 4.3.2 Uji Reliabilitas .....                                | 62        |
| 4.4 Deteksi Bias Pengukuran dan Individu .....              | 63        |
| 4.4.1 Deteksi Bias Pengukuran.....                          | 63        |
| 4.4.2 Deteksi Bias Individu.....                            | 64        |
| 4.5 Dimensionalitas Pengukuran.....                         | 65        |
| 4.6 Distribusi Frekuensi Responden .....                    | 65        |
| 4.6.1 Jenis Kelamin.....                                    | 66        |
| 4.6.2 Usia .....  | 67        |
| 4.6.3 Pendidikan Terakhir.....                              | 68        |
| 4.6.4 Lama Penggunaan Aplikasi .....                        | 69        |
| 4.6.5 Frekuensi Penggunaan Aplikasi.....                    | 70        |
| 4.7 Hasil Uji Asumsi Klasik .....                           | 71        |
| 4.7.1 Uji Normalitas .....                                  | 71        |

|  |           |
|--|-----------|
| 4.7.1.1 Model Regresi 1 .....                                      | 71        |
| 4.7.1.2 Model Regresi 2.....                                       | 71        |
| 4.7.1.3 Model Regresi 3.....                                       | 72        |
| 4.7.2 Uji Multikolinearitas.....                                   | 73        |
| 4.7.2.1 Model Regresi 2.....                                       | 73        |
| 4.7.2.2 Model Regresi 3.....                                       | 74        |
| 4.8 Hasil Analisis Regresi Linier .....                            | 74        |
| 4.8.1 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana .....                | 74        |
| 4.8.2 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....                  | 75        |
| 4.8.3 Uji Anova (Uji F).....                                       | 77        |
| 4.8.3.1 Uji F Model Regresi 1.....                                 | 77        |
| 4.8.3.2 Uji F Model Regresi 2.....                                 | 78        |
| 4.8.3.3 Uji F Model Regresi 3.....                                 | 78        |
| 4.8.4 Uji Parsial (Uji T) .....                                    | 79        |
| 4.8.4.1 Uji T Model Regresi 1 .....                                | 79        |
| 4.8.4.2 Uji T Model Regresi 2 .....                                | 79        |
| 4.8.4.3 Uji T Model Regresi 3 .....                                | 80        |
| 4.8.5 Diagram Analisis Regresi Linier Sederhana dan Berganda ..... | 81        |
| 4.9 Pengujian Hipotesis .....                                      | 82        |
| 4.10 Rekomendasi Terhadap Aplikasi .....                           | 82        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>                            | <b>83</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....   | 83        |
| 5.2 Saran .....  | 84        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>   | <b>85</b> |

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 2.1 Rangkuman Penelitian Sejenis .....                                       | 26 |
| Tabel 3.1 Tabel Nilai P dan $P^*(1-p)$ .....                                       | 36 |
| Tabel 3.2 Variabel dan Indikator .....   | 37 |
| Tabel 3.3 Instrumen Pertanyaan Kuesioner .....                                     | 42 |
| Tabel 3.4 Skor Pada Skala Likert Beserta Keteranganannya .....                     | 47 |
| Tabel 3.5 Nilai Kriteria Validitas Item .....                                      | 50 |
| Tabel 3.6 Skor Interpretasi Cornbach Alpha .....                                   | 51 |
| Tabel 4.1 Hasil Pengujian Pilot Test.....  | 60 |
| Tabel 4.2 Hasil Pengujian Validitas.....   | 61 |
| Tabel 4.3 Hasil Pengujian Reliabilitas.....  | 62 |
| Tabel 4.4 Hasil Uji Deteksi Bias Pengukuran.....                                   | 63 |
| Tabel 4.5 Hasil Uji Deteksi Bias Individu.....                                     | 64 |
| Tabel 4.6 Hasil Uji Dimensionalitas Pengukuran.....                                | 65 |
| Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Jenis Kelamin Responden.....            | 66 |
| Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia.....                     | 67 |
| Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....      | 68 |
| Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Aplikasi ... | 69 |
| Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Aplikasi .....    | 70 |
| Tabel 4.12 Uji Mutikolinearitas Model Regresi 2 .....                              | 73 |
| Tabel 4.13 Uji Multikolinearitas Model Regresi 3 .....                             | 74 |
| Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Model Regresi 1 .....           | 74 |
| Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Model Regresi 2 .....            | 75 |
| Tabel 4.16 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Model Regresi 3 .....            | 76 |
| Tabel 4.17 Hasil Uji F (Anova) Model Regresi 1 .....                               | 77 |
| Tabel 4.18 Hasil Uji F (Anova) Model Regresi 2.....                                | 78 |
| Tabel 4.19 Hasil Uji F (Anova) Model Regresi 3 .....                               | 78 |

|  |    |
|--|----|
| Tabel 4.20 Hasil Uji T Model Regresi 1 ..... | 79 |
| Tabel 4.21 Hasil Uji T Model Regresi 2 ..... | 79 |
| Tabel 4.22 Hasil Uji T Model Regresi 3 ..... | 80 |

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 2.1 Model UTAUT 2.....   | 15 |
| Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran yang Dihipotesiskan .....                         | 20 |
| Gambar 3.1 Diagram Alir Penelitian .....  | 31 |
| Gambar 3.2 Model Penelitian .....   | 53 |
| Gambar 4.1 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Jenis Kelamin.....                  | 66 |
| Gambar 4.2 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Usia .....                          | 67 |
| Gambar 4.3 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....           | 68 |
| Gambar 4.4 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Lama Penggunaan Aplikasi .....      | 69 |
| Gambar 4.5 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Aplikasi ..... | 70 |
| Gambar 4.6 Uji Normalitas Model Regresi 1 .....                                 | 72 |
| Gambar 4.7 Uji Normalitas Model Regresi 2 .....                                 | 72 |
| Gambar 4.8 Uji Normalitas Model Regresi 3 .....                                 | 72 |
| Gambar 4.9 Diagram Analisis Regresi Linier.....                                 | 81 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|   |     |
|---|-----|
| Lampiran A-1: Laporan <i>iprice group</i> tentang peta E-commerce ..... | A-1 |
| Lampiran A-2: Kuesioner .....   | A-2 |
| Lampiran B: Data Responden .....  | B-1 |
| Lampiran C : Hasil Pemeriksaan Software Ithenticate / Turnitin .....    | C-1 |
| Lampiran D : Lembar Validasi Kuesioner Penelitian .....                 | D-1 |
| Lampiran E : Form Perbaikan Ujian Komprehensif .....                    | E-1 |
| Lampiran F : Surat Keputusan Pembimbing Tugas Akhir .....               | F-1 |

**FAKTOR-FAKTOR DALAM MODEL *UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 2 (UTAUT 2)* YANG MEMENGARUHI NIAT PERILAKU DAN PERILAKU PENGGUNAAN PADA APLIKASI SHOPEE**

Oleh

**Umi Pertiwi**  
**09031381823114**

**ABSTRAK**


Perdagangan elektronis (*E-Commerce*) merupakan sistem perdagangan yang menggunakan aplikasi dalam operasinya. Penggunaan aplikasi tentu memudahkan para pembeli untuk berbelanja karena dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Bagi perusahaan E-commerce, keberhasilan suatu marketplace dilihat dari jumlah pengunjung aplikasinya. Jumlah pengunjung aplikasi menyatakan seberapa besar frekuensi penggunaan aplikasi tersebut. Berdasarkan laporan tentang peta E-commerce Indonesia di website resmi *iprice group*, pada kuartal keempat tahun 2020 jumlah pengunjung aplikasi shopee yaitu 129.320.800 pengunjung, namun pada kuartal pertama tahun 2021 mengalami penurunan jumlah pengunjung yakni menjadi 127.400.000 pengunjung. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi niat perilaku dan perilaku penggunaan pada aplikasi shopee dengan menggunakan model UTAUT 2 terhadap pengguna aplikasi shopee di Kota Palembang. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, kebiasaan, niat perilaku dan perilaku penggunaan. Jumlah responden yang dapat dianalisis dan dilakukan pengolahan data berjumlah 205 responden. Data penelitian diperoleh dari penyebaran kuesioner secara daring menggunakan *google form* dengan bantuan media sosial. Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif dan teknik analisis validitas dan reliabilitas menggunakan model Rasch, uji asumsi klasik, uji anova dan uji parsial. Hasil dari penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi dan kebiasaan berpengaruh terhadap variabel niat perilaku dan perilaku penggunaan aplikasi shopee. Variabel niat perilaku berpengaruh terhadap perilaku penggunaan aplikasi shopee. Serta variabel yang berpengaruh signifikan / paling berpengaruh yaitu variabel kondisi yang memfasilitasi, kebiasaan dan niat perilaku. Serta didapatkan rekomendasi perbaikan untuk aplikasi shopee dari hasil penelitian ini.

**KATA KUNCI:** Penerimaan Aplikasi, E-Commerce, Shopee, UTAUT 2, Analisis Statistik

**Mengetahui,**  
**Ketua Jurusan Sistem Informasi**

**Palembang, 11 Januari 2021**  
**Pembimbing I**

  
**Endang Lestari Ruskan, M.T.**  
**NIP. 197811172006042001**

  
**Nabila Rizky Oktadini, M.T.**  
**NIP. 199110102018032001**



**THE FACTORS IN UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE  
AND USE OF TECHNOLOGY 2 (UTAUT 2) MODEL THAT  
INFLUENCE BEHAVIORAL INTENTIONS AND USE  
BEHAVIOR IN SHOPEE APPLICATIONS**

**By :**

**Umi Pertiwi  
09031381823114**

**ABSTRACT**

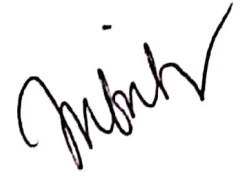
Electronic commerce (E-Commerce) is a trading system that uses applications in its operations. The use of the application certainly makes it easier for buyers to shop because it can be done anywhere and anytime. For E-commerce companies, the success of a marketplace is seen from the number of visitors to the application. The number of visitors to the application states how often the application is used. Based on a report on the Indonesian E-commerce map on the official iprice group website, in the fourth quarter of 2020, the number of shopee application visitors was 129,320,800 visitors, but in the first quarter of 2021, the number of visitors decreased to 127,400,000 visitors. The purpose of this study is to determine the factors that influence behavioral intentions and usage behavior on the shopee application using the UTAUT 2 model for shopee application users in the city of Palembang. The variables used in this study are performance expectations, business expectations, social influences, facilitating conditions, hedonic motivation, price values, habits, behavioral intentions and, usage behavior. The number of respondents who can be analyzed and carried out data processing amounted to 205 respondents. The research data was obtained from distributing questionnaires online using google forms with the help of social media. The research method uses quantitative methods and validity and reliability analysis techniques using the Rasch model, classical assumption test, ANOVA test , and partial test. The results of the study can be concluded that the variables of business expectations, social influences, facilitating conditions and habits affect the behavioral intentions and behavior of using shopee applications. The behavioral intention variable affects the behavior of using the shopee application. As well as the variables that have a significant / most influential effect, namely the facilitating condition variables, habits and behavioral intentions. And obtained recommendations for improvement for the shopee application from the results of this study.

**KEYWORD:** Application Acceptance, E-Commerce, Shopee, UTAUT 2, Stitistic Analysis

**Mengetahui,  
Ketua Jurusan Sistem Informasi**

  
**Endang Lestari Ruskan, M.T.**  
**NIP. 197811172006042001**

**Palembang, 11 Januari 2021  
Pembimbing I**

  
**Nabila Rizky Oktadini, M.T.**  
**NIP. 199110102018032001**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Seiring perkembangan teknologi yang semakin pesat, penggunaan dan pemanfaatan teknologi informasi kini telah melingkupi segala bidang. Hal ini tidak dapat dipungkiri karena kecanggihannya pada aspek-aspek otomatisasi yang dapat membuat segala pekerjaan menjadi lebih praktis (Ali, 2019). Salah satu bidang yang banyak menggunakan dan memanfaatkan teknologi informasi yaitu bidang perdagangan. Terdapat dua jenis perdagangan yaitu perdagangan konvensional dan perdagangan elektronik (*E-Commerce*). *E-Commerce* kini menjadi perdagangan yang populer dikalangan masyarakat sejak pandemi *covid-19*. Hal ini dikarenakan kondisi pandemi *covid-19* yang tidak memungkinkan pembeli dan penjual bertransaksi secara langsung serta adanya batasan interaksi antara satu individu dengan individu lainnya. Selain itu, belanja dengan menggunakan aplikasi *E-Commerce* dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja sehingga memberikan kemudahan bagi konsumen dalam mencari dan mendapatkan produk yang mereka butuhkan yaitu hanya dengan menggunakan ponsel pintar yang mereka miliki. Oleh karena itu, saat ini banyak muncul perusahaan-perusahaan yang menggunakan sistem *E-Commerce* dalam menjalankan proses bisnisnya. Salah satu diantara perusahaan tersebut yaitu Shopee.

Shopee merupakan perusahaan *platform* belanja *online* atau aplikasi belanja *online* berbasis *website* dan *mobile* yang dirilis pada tahun 2015 di

Singapura. Aplikasi shopee merupakan platform yang mudah untuk digunakan karena memiliki *interface* yang sederhana (Putri & Iriani, 2019). Selain itu aplikasi shopee juga menawarkan banyak promosi kepada penggunanya seperti *discount*, *flash sale* dan gratis ongkir. sehingga dapat menarik pengguna untuk menggunakan aplikasi shopee.

Namun, berdasarkan laporan dari *iprice group* tentang peta *E-commerce* Indonesia, diketahui bahwa *platform* shopee mengalami penurunan jumlah pengunjung yakni pada kuartal ke 4 (Q4) pada tahun 2020 jumlah pengunjung *platform* shopee yaitu 129.320.800 pengunjung, sedangkan pada kuartal ke 1 (Q1) pada tahun 2021 yaitu 127.400.000 pengunjung dan pada kuartal ke 2 (Q2) pada tahun 2021 mengalami penurunan lagi yakni 126.996.700 pengunjung. Oleh sebab itu diperlukan sebuah analisis penerimaan aplikasi shopee dari sisi penggunanya dalam penelitian ini yaitu pembeli, untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang memengaruhi niat perilaku dan perilaku penggunaan dalam penggunaan aplikasi shopee, sehingga setelah itu akan didapatkan rekomendasi perbaikan aplikasi shopee dimana akan berguna untuk meningkatkan kembali jumlah pengunjungnya. Peneliti menetapkan pembeli sebagai responden dari penelitian ini karena berdasarkan situs berita online antijobless.com, pada tanggal 25 januari 2018 memuat berita yang berjudul “prediksi perkembangan *E-commerce* dan tren *E-commerce* di 2018 yang menarik diketahui”. Pada berita ini dijelaskan bahwa konsumen mengalami tren perubahan belanja dari *offline* menjadi *online*. Kemudian, dalam berita ini dimuat bahwa *shopback* melakukan survey pada 1000 responden di indonesia menunjukkan bahwa sebanyak 70,2% responden menganggap keberadaan toko online memengaruhi perilaku belanja mereka (Putri

& Iriani, 2019). Ada banyak model penelitian yang telah dikembangkan yang dapat digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi niat perilaku dan perilaku penggunaan dari suatu teknologi informasi (Putri dan Suardhika, 2020). Namun pada penelitian ini Peneliti menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2). Model ini digunakan karena konteks dalam penerimaan teknologinya bersifat *Consumer use* sedangkan UTAUT konteksnya bersifat organisasional (Venkatesh et. al., 2012:157). Sehingga model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2) ini cocok dengan studi kasus Shopee karena Shopee merupakan aplikasi yang bersifat *Consumer Use*. Selain itu, model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2) ini juga merupakan sintesis, unifikasi dan rangkuman dari delapan model penerimaan teknologi yang sudah ada sebelumnya (Putra dan Ariyanti, 2013). Model UTAUT 2 menunjukkan bahwa faktor-faktor atau konstruk yang memengaruhi niat perilaku dan perilaku penggunaan terhadap teknologi informasi ada 7 yaitu ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga dan kebiasaan (Putri dan Suardhika, 2020).

Berdasarkan penjabaran latar belakang diatas, peneliti akan membahas faktor-faktor (konstruk-konstruk) apa saja dalam model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2) yang berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap niat perilaku dan perilaku penggunaan dalam penggunaan aplikasi Shopee, dengan judul skripsi: “ **FAKTOR-FAKTOR DALAM MODEL UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 2 (UTAUT 2) YANG MEMENGARUHI NIAT PERILAKU**

## **DAN PERILAKU PENGGUNAAN PADA APLIKASI SHOPEE” .**

### **1.2 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang telah ditulis dan dijelaskan di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas yaitu :

1. Bagaimana pengaruh faktor ekspektasi kinerja terhadap niat perilaku dalam penggunaan aplikasi shopee?
2. Bagaimana pengaruh faktor ekspektasi usaha terhadap niat perilaku dalam penggunaan aplikasi shopee?
3. Bagaimana pengaruh faktor pengaruh sosial terhadap niat perilaku dalam penggunaan aplikasi shopee ?
4. Bagaimana pengaruh faktor kondisi yang memfasilitasi terhadap niat perilaku dalam penggunaan aplikasi shopee?
5. Bagaimana pengaruh faktor motivasi hedonis terhadap niat perilaku dalam penggunaan aplikasi shopee?
6. Bagaimana pengaruh faktor nilai harga terhadap niat perilaku dalam penggunaan aplikasi shopee?
7. Bagaimana pengaruh faktor kebiasaan terhadap niat perilaku dalam penggunaan aplikasi shopee?
8. Bagaimana pengaruh faktor kondisi yang memfasilitasi terhadap perilaku penggunaan dalam penggunaan aplikasi shopee?
9. Bagaimana pengaruh faktor kebiasaan terhadap perilaku penggunaan dalam penggunaan aplikasi shopee?
10. Bagaimana pengaruh niat perilaku terhadap perilaku penggunaan dalam penggunaan aplikasi shopee?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Mengetahui pengaruh faktor ekspektasi kinerja terhadap niat perilaku dalam penggunaan aplikasi shopee
2. Mengetahui pengaruh faktor ekspektasi usaha terhadap niat perilaku dalam penggunaan aplikasi shopee
3. Mengetahui pengaruh faktor pengaruh sosial terhadap niat perilaku dalam penggunaan aplikasi shopee
4. Mengetahui pengaruh faktor kondisi yang memfasilitasi terhadap niat perilaku dalam penggunaan aplikasi shopee
5. Mengetahui pengaruh faktor motivasi hedonis terhadap niat perilaku dalam penggunaan aplikasi shopee
6. Mengetahui pengaruh faktor nilai harga terhadap niat perilaku dalam penggunaan aplikasi shopee
7. Mengetahui pengaruh faktor kebiasaan terhadap niat perilaku dalam penggunaan aplikasi shopee
8. Mengetahui pengaruh faktor kondisi yang memfasilitasi terhadap perilaku penggunaan dalam penggunaan aplikasi shopee
9. Mengetahui pengaruh faktor kebiasaan terhadap perilaku penggunaan dalam penggunaan aplikasi shopee
10. Mengetahui pengaruh niat perilaku terhadap perilaku penggunaan dalam penggunaan aplikasi shopee.
11. Memberikan rekomendasi perbaikan terhadap aplikasi shopee berdasarkan faktor-faktor yang memengaruhi niat perilaku dan

perilaku penggunaan pada aplikasi shopee.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang dihasilkan dari penelitian ini yaitu :

1. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi baru dalam bidang kajian ilmiah tentang penerimaan sebuah aplikasi dimana hasil penelitian ini akan memberikan manfaat bagi peneliti selanjutnya dalam mempelajari segala hal yang berkaitan dengan analisis penerimaan sebuah aplikasi terutama dalam hal mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi niat perilaku dan perilaku penggunaan sebuah aplikasi menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2).
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak shopee dalam mengetahui faktor-faktor apa saja yang berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap niat perilaku dan perilaku penggunaan aplikasi shopee berdasarkan analisis yang telah dilakukan peneliti pada penggunanya (*customernya*) di wilayah Palembang yang mana hal tersebut dapat dijadikan tambahan acuan bagi pihak shopee dalam melakukan evaluasi terhadap aplikasinya.

### 1.5 Batasan Masalah

Untuk menghindari adanya penyimpangan terhadap rumusan masalah, penulis membatasi penelitian ini sebagai berikut :

1. Penelitian ini berfokus pada mencari faktor-faktor apa saja dalam model UTAUT 2 yang berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap niat perilaku dan perilaku penggunaan pengguna (*customer*) dalam penggunaan aplikasi shopee. Lalu akan diberikan juga rekomendasi terhadap aplikasi berdasarkan faktor-faktor UTAUT 2 yang digunakan dalam penelitian ini.
2. Responden pada penelitian ini yaitu pengguna aplikasi Shopee yang berperan sebagai pembeli yang berada di wilayah kota Palembang.
3. Data yang akan digunakan dan diolah dalam penelitian ini didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan secara online melalui *google form*.



## DAFTAR PUSTAKA

- Handayani, S. (2018). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis E-Commerce Studi KaHandayani, S. (2018). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis E-Commerce Studi Kasus Toko Kun Jakarta. *ILKOM Jurnal Ilmiah*, 10(2), 182–189. <https://doi.org/10.33096/ilkom.v10i2.310>. *ILKOM Jurnal Ilmiah*, 10(2), 182–189.
- Haris, C. A., & Nasiri, A. (2019). Penerapan Model Utaut2 Untuk Mengevaluasi Aplikasi Ruang Guru. 3(2), 192–199.
- Hayati, S., & Lailatussaadah, L. (2016). Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Pengetahuan Pembelajaran Aktif, Kreatif Dan Menyenangkan (Pakem) Menggunakan Model Rasch. *Jurnal Ilmiah Didaktika*, 16(2), 169. <https://doi.org/10.22373/jid.v16i2.593>
- Irzad, M., & Imran, A. (2018). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Makanan Di Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Alauddin Kota Makassar. *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 50–64.
- Janie, D. N. A. (2012). Statistik Deskriptif & Analisis Regresi Linier Berganda Dengan SPSS.
- Mulyadi, M. (2011). Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya *Mohammad Mulyadi*. 15(1), 127–138.
- Muntazhimah, M., Putri, S., & Khusna, H. (2020). Rasch Model untuk Memvalidasi Instrumen Resiliensi Matematis Mahasiswa Calon Guru Matematika. *JKPM (Jurnal Kajian Pendidikan Matematika)*, 6(1), 65. <https://doi.org/10.30998/jkpm.v6i1.8144>
- Napitupulu, D. (2018). Analisis Model Rasch Pada Instrumen Keberterimaan Marka Optik Penanda Jarak Aman Kendaraan. *Jurnal Penelitian Transportasi Darat*, 19(1), 37. <https://doi.org/10.25104/jptd.v19i1.604>
- Nempung, T., Setyaningsih, T., & Syamsiah, N. (2015). *Otomatisasi Metode Penelitian Skala Likert Berbasis Web*. November, 1–8.
- P. A., Juningsih, E. H., Aziz, F., Ismunandar, D., & Sarasati, F. (2020). *Penggunaan Model UTAUT2 Untuk Memahami Persepsi*. 6(2), 289–295.
- Putri, N. A. R., & Iriani, S. S. (2019). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Melalui E-Commerce Shopee. *Jurnal Komunika : Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 8(2), 69. <https://doi.org/10.31504/komunika.v8i2.2391>.

- Ramdhani, A. B., Rachmawati, I., Sidiq, F., & Prabowo, A. (n.d.). Pengaruh Adopsi Teknologi Layanan Uang Elektronik Telkomsel Cash Menggunakan Pendekatan Utaut2 The Effect Of Technology Adoption Electronic Money Services Telkomsel Cash Using Utaut2. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/4364>.
- Shafly, N. A. (1981). Penerapan Model Utaut2 Untuk Menjelaskan Behavioral Intention Dan Use Behavior Penggunaan Mobile Banking Di Kota Malang. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Sugiyono. (2018). Teknik Analisis Kualitatif. *Teknik Analisis*, 1–7. <http://staffnew.uny.ac.id/upload/132232818/pendidikan/Analisis+Kuantitatif.pdf>
- Sumintono, B. (2014). Model Rasch untuk Penelitian Sosial Kuantitatif. *ITS Surabaya, November 201*, 1–9. <http://eprints.um.edu.my/id/eprint/11414>
- Sumintono, B. (2016). Aplikasi Pemodelan Rasch pada Asesmen Pendidikan: Implementasi Penilaian Formatif (Assessment For Learning). *Makalah Dipresentasikan Dalam Kuliah Umum Pada Jurusan Statistika, Institut Teknologi Sepuluh November, Surabaya, 17 Maret 2016., March*, 1–19. [http://eprints.um.edu.my/15876/1/ITS\\_rasch\\_model\\_asesment\\_for\\_learning.pdf](http://eprints.um.edu.my/15876/1/ITS_rasch_model_asesment_for_learning.pdf)
- Supardi, S. (1993). Populasi dan Sampel Penelitian. *Jurnal Fakultas Hukum UII*, 13(17), 100-108.
- Wijaya, K., & Handriyantini, E. (2020). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Behavioral Intention pada Online Analisis Faktor yang Mempengaruhi Behavioral Intention pada Online Marketplace Menggunakan Model UTAUT ( Studi Kasus : Shopee ). *Journal Teknologi Informasi*, 4(1), 329. <https://ejournal.jak-stik.ac.id/index.php/sentik/article/view/321/195>
- Yusup, F., Studi, P., Biologi, T., Islam, U., & Antasari, N. (2018). Uji Validitas Dan Reliabilitas. 7(1), 17–23.
- Zano, B. R., & Santoso, T. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha. *Agora*, 7(1), 48–60.