

**PENGARUH PENERIMAAN DAN PENGGUNAAN USER TERHADAP
APLIKASI E-COMMERCE MENGGUNAKAN METODE UNIFIED
TECHNOLOGY ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY (UTAUT)
(Studi Kasus Pada Aplikasi E-Commerce Shopee Indonesia)**

SKRIPSI



Oleh :

DAMA RINDHU AGANSA

NPM : 1642010023

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2020**

**PENGARUH PENERIMAAN DAN PENGGUNAAN USER TERHADAP
APLIKASI E-COMMERCE MENGGUNAKAN METODE UNIFIED
TECHNOLOGY ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY (UTAUT)
(Studi Kasus Pada Aplikasi E-Commerce Shopee Indonesia)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur**



Oleh :

DAMA RINDHU AGANSA

NPM : 1642010023

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2020**

**PENGARUH PENERIMAAN DAN PENGGUNAAN USER TERHADAP
APLIKASI E-COMMERCE MENGGUNAKAN METODE UNIFIED
TECHNOLOGY ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY (UTAUT)**

(Studi Kasus Pada Aplikasi E-Commerce Shopee Indonesia)

Disusun oleh :

DAMA RINDHU AGANSA
NPM : 1642010023

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING

Dra. Ety Dwi Susanti M.Si

NIP. 030227786

Mengetahui,

DEKAN

Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS. CHRA

NIP. 195907011987031001

**PENGARUH PENERIMAAN DAN PENGGUNAAN USER TERHADAP
APLIKASI E-COMMERCE MENGGUNAKAN METODE UNIFIED
TECHNOLOGY ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY (UTAUT)**

(Studi Kasus Pada Aplikasi E-Commerce Shopee Indonesia)


Disusun Oleh :

DAMA RINDHU AGANSA
NPM : 1642010023

**Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 14 Januari 2020**


Menyetujui,

DOSEN PEMBIMBING

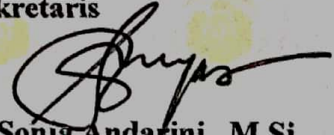

Dra. Ety Dwi Susanti M.Si
NIP. 030227786

TIM PENGUJI

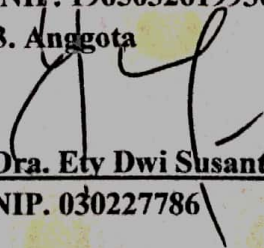
1. Ketua


Dr. Jojok D., M.Si
NPT. 3709570000421

2. Sekretaris


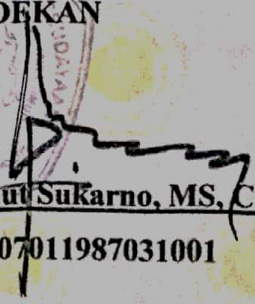

Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP. 1965032619930920001

3. Anggota


Dra. Ety Dwi Susanti M.Si
NIP. 030227786

Mengetahui,

DEKAN



Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA
NIP. 195907011987031001

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Penerimaan dan Penggunaan User Terhadap Aplikasi E-Commerce Menggunakan Metode Unified Technology Acceptance And Use Of Technology (UTAUT) (Studi Kasus pada Aplikasi E-commerce Shopee Indonesia)”**

Sekalipun penulis harus mengalami berbagai kesulitan, tetapi syukurlah bahwa laporan skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan laporan skripsi ini banyak terdapat kekurangan. Selesaiannya kegiatan hingga penyusunan laporan skripsi ini tidak lepas dari Ibu Dra. Ety Dwi Susanti M.Si selaku dosen pembimbing yang dengan segala perhatian dan kesabarannya rela meluangkan waktu untuk penulis. Terimakasih yang tak terhingga penulis sampaikan.

Pada kesempatan kali ini penulis juga menyampaikan banyak terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan laporan skripsi ini, diantaranya :

1. Allah SWT yang memberikan kesehatan sehingga penulis bisa menyelesaikan laporan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS. CHRA. selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Dra. Ety Dwi Susanti M.Si selaku dosen Pembimbing.
5. Bapak dan Ibu dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang telah memberikan Ilmu Pengetahuan dan dukungan kepada penulis.
6. Kedua orang tua yang selalu memberi dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
7. Seluruh teman-teman penulis, Ratnadilla Widyawati, Nisa Praya F.R., Dewi Shintiyah, dan Nasiatul Firdaus yang selalu memberi dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
8. Kepada Kokoh Khalimatulloh yang senantiasa mendampingi, memberi dukungan dan support system kepada penulis sebelum maupun sesudah penyelesaian laporan skripsi ini.
9. Kepada “BTS” 7 orang penyemangat melalui karya music yang memotivasi dan menyadarkan penulis untuk tetap semangat dan selalu berjuang.

Akhirnya penulis berharap semoga laporan skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Segala saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kebaikan laporan skripsi ini.

Surabaya, Januari 2020

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Tinjauan Teoritis	17
2.2.1 Internet	17
2.2.1.1 Definisi Internet	17
2.2.1.2 Fasilitas yang terdapat di internet	18

2.2.1.3 Manfaat Internet.....	20
2.2.2 E-Commerce.....	23
2.2.2.1 Definisi E-Commerce.....	23
2.2.2.2 Jenis-jenis E-Commerce.....	25
2.2.2.3 Manfaat E-Commerce.....	27
2.2.2.4 Ancaman E-Commerce.....	29
2.2.3 The Unified Theory of Acceptance and Use Of Technology (UTAUT).....	30
2.2.3.1 Ekspektansi Kinerja (Performance Expectancy).....	32
2.2.3.2 Ekspektansi Usaha (Effort Expectancy).....	33
2.2.3.3 Pengaruh Sosial (Social Influence).....	35
2.2.3.4 Kondisi-kondisi Pemfasilitasi (Facilitating Conditions).....	35
2.2.3.5 Minat Keperilakuan (Behavioral Intention).....	36
2.2.4 Perilaku Konsumen.....	37
2.2.4.1 Sifat dan Perilaku Konsumen.....	38
2.2.4.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	39
2.3 Kerangka Berpikir.....	39
2.4 Hipotesis.....	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	43
3.1 Jenis Penelitian.....	43
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	43

3.2.1 Definisi Operasional	43
3.2.2 Pengukuran Data.....	48
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	49
3.3.1 Populasi.....	49
3.3.2 Sampel	50
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	51
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.4.1 Jenis Data	52
3.4.2 Sumber Data.....	53
3.4.3 Teknik Pengumpulan Data	53
3.5 Teknik Analisis Data	55
3.5.1 Teknik Analisis.....	55
3.5.2 Uji Validitas	56
3.5.3 Uji Reliabilitas.....	58
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	58
3.5.4 Analisis Regresi Linier Berganda	63
3.5.5 Uji Hipotesis.....	64
3.5.5.1 Uji t	64
3.5.5.2 Uji F	66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	69

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	69
4.1.1 Sejarah Perusahaan	69
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	73
4.1.3 Susunan Organisasi.....	73
4.1.4 Produk dan Layanan Shopee	75
4.2 Penyajian Data	76
4.2.1 Data Karakteristik Responden	76
4.2.2 Analisis Deskriptif Jawaban Responden	79
4.3 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	95
4.3.1 Uji Validitas	95
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	97
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	98
4.3.3.1 Uji Multikolinieritas.....	99
4.3.3.2 Uji Autokorelasi.....	100
4.3.3.3 Uji Heteroskedastisitas	101
4.3.3.4 Uji Normalitas	104
4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda	106
4.3.4.1 Regresi Linier Berganda.....	106
4.3.4.2 Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi.....	108
4.3.5 Pengujian Hipotesis	110

4.3.5.1 Uji t	110
4.3.5.1 Uji F	112
4.4 Pembahasan.....	114
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	124
5.1 Kesimpulan	124
5.2 Saran.....	128

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data 10 Negara Dengan Pertumbuhan E-Commerce Tercepat.....	5
Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	76
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	77
Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	78
Tabel 4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Wilayah/Domisili.....	78
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Tentang Variabel Ekspektansi Kinerja (performance expectancy) (X1)	80
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Tentang Variabel Ekspektansi Usaha (effort expectancy) (X2)	84
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Tentang Variabel Pengaruh sosial (social influence) (X3).....	87
Tabel Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Tentang Variabel Kondisi-kondisi pemfasilitasi (facilitating conditions) (X4).....	90
Tabel Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Tentang Variabel Penerimaan Penggunaan (Use Behavior) (Y)	93
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas	96
Tabel 4.11 Hasil Cronbach's Alpha Reliabilitas.....	98
Tabel 4.12 Uji Multikolinieritas	99
Tabel 4.13 Uji Autokorelasi	101
Tabel 4.14 Hasil Uji Heterokedastiditas	102
Tabel 4.15 Uji Normalitas	105

Tabel 4.16 Hasil Regresi Linier Berganda.....	106
Tabel 4.17 Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi	108
Tabel 4.18 Hasil Uji t.....	110
Tabel 4.19 Hasil Uji F.....	113

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Tren Internet Dan Media Sosial Juli/2019 Dunia.....	2
Gambar 1.2 Data Tren Internet Dan Media Sosial Januari/2019 Di Indonesia.....	3
Gambar 1.3 Peta E-Commerce Indonesia.....	6
Gambar 2.1 Ruang Lingkup E-Business	24
Gambar 2.2 Model Penelitian UTAUT	31
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir	40
Gambar 3.1 Skala Likert (Bentuk Checklist).....	54
Gambar 4.1 Logo SEA Group	69
Gambar 4.2 Logo Shopee.....	70
Gambar 4.3 Jumlah Unduhan Shopee di Google Play Store	71
Gambar 4.4 Susunan Directors and Management SEA Group.....	73
Gambar 4.5 Susunan Organisasi.....	74
Gambar 4.6 Uji heteroskedastisitas	103
Gambar 4.7 Uji Normalitas.....	104
Gambar 4.8 Kurva Hasil Uji t.....	112
Gambar 4.9 Kurva Hasil Uji F.....	113

**PENGARUH PENERIMAAN DAN PENGGUNAAN USER TERHADAP
APLIKASI E-COMMERCE MENGGUNAKAN METODE UNIFIED
TECHNOLOGY ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY (UTAUT)
(Studi Kasus Pada Aplikasi E-Commerce Shopee Indonesia)**

**DAMA RINDHU AGANSA
NPM : 1642010023**

**Program Studi Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
damarindhu@gmail.com**

ABSTRAK

Perkembangan e-commerce di Indonesia semakin banyak dan populer. Shopee hadir sebagai salah satu platform perdagangan elektronik yang berkembang dalam bentuk aplikasi mobile. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh 4 variabel prediktor dari metode United Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT), sebagai salah satu model penerimaan teknologi yang banyak digunakan terhadap penerimaan penggunaan aplikasi e-commerce Shopee.

Teknik penentuan sampel menggunakan *purposive sampling* dan metode pengumpulan data adalah dengan kuesioner. Dalam menganalisis data, peneliti menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS 20. Responden dalam penelitian ini adalah 100 orang pengguna (user) aplikasi e-commerce Shopee yang berada di wilayah Kota Surabaya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial dari 3 variabel prediktor, yaitu ekspektasi usaha, pengaruh social dan kondisi yang memfasilitasi, sedangkan 1 variabel lainnya yaitu ekspektasi kinerja tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap penerimaan penggunaan aplikasi e-commerce Shopee. Selain itu, terdapat pengaruh secara simultan dari keempat atau keseluruhan variabel prediktor terhadap penerimaan penggunaan aplikasi e-commerce Shopee.

Kata Kunci : *E-commerce, United Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT), use behavior, purposive sampling*

ABSTRACT

The development of e-commerce in Indonesia is more and more popular. Shopee is present as one of the electronic trading platforms that has developed in the form of mobile applications. This study aims to determine the effect of 4 predictor variables from the United Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) method, as one of the technology acceptance models that are widely used to accept the use of Shopee e-commerce applications.

The technique of determining the sample using purposive sampling and data collection methods is a questionnaire. In analyzing the data, researchers used multiple linear regression analysis with the help of the SPSS 20. The respondents in this study were 100 users of Shopee e-commerce applications in the City of Surabaya.

The results of this study indicate that there is a partial effect of 3 predictor variables, namely effort expectancy, social influence, and facilitating conditions, while 1 other variable, namely performance expectancy has no partial effect on the acceptance of e application use e-commerce shopee. In addition, there is a simultaneous influence of all four or all of the predictor variables on the acceptance of the use of Shopee e-commerce applications.

Keywords: E-commerce, United Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT), use behavior, purposive sampling