



SKRIPSI

EVALUASI KARAKTERISTIK NIAT PENGGUNA PADA LIVE STREAMING MENGGUNAKAN MODEL UTAUT (Studi Kasus: Shopee Live)

ATHALLAH RAFIF CAYONO

NPM 19082010099

DOSEN PEMBIMBING

Arista Pratama, S.Kom., M.Kom.

Virdha Rahma Aulia, S.Kom., M.Kom.

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
SURABAYA
2025**



SKRIPSI

EVALUASI KARAKTERISTIK NIAT PENGGUNA PADA LIVE STREAMING MENGGUNAKAN MODEL UTAUT (Studi Kasus: Shopee Live)

ATHALLAH RAFIF CAYONO

NPM 19082010099

DOSEN PEMBIMBING

Arista Pratama, S.Kom., M.Kom.

Virdha Rahma Aulia, S.Kom., M.Kom.

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
SURABAYA
2025**

Halaman ini sengaja dikosongkan

LEMBAR PENGESAHAN
EVALUASI KARAKTERISTIK NIAT PENGGUNA PADA LIVE STREAMING
MENGGUNAKAN MODEL UTAUT (STUDI KASUS: SHOPEE LIVE)

Oleh:

ATHALLAH RAFIF CAHYONO

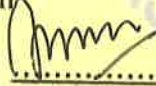
NPM. 19082010099

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Prodi Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur Pada tanggal 7 Maret 2025

Menyetujui

Arista Pratama, S.Kom., M.Kom.

NPT. 171199 10 320052


.....(Pembimbing I)

Virdha Rahma Aulia, S.Kom., M.Kom.

NIP. 199810202024062002


.....(Pembimbing II)

Siti Mukaromah, S.Kom., M.Kom.

NIP. 19810704 2021212 011


.....(Ketua Penguji)

Asif Faruqi, S.Kom., M.Kom.

NIP. 19870519 2018031 001


.....(Anggota Penguji II)

Anita Wulansari, S.Kom., M.Kom.

NIP. 19871015 2022032 005


.....(Anggota Penguji III)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komputer




Prof. Dr. Ir. Novirina Hendrasarie, MT.

NIP. 19681126 1994032 001

Halaman ini sengaja dikosongkan

LEMBAR PERSETUJUAN

**EVALUASI KARAKTERISTIK NIAT PENGGUNA PADA LIVE STREAMING
MENGUNAKAN MODEL UTAUT (STUDI KASUS: SHOPEE LIVE)**

Oleh:

ATHALLAH RAFIF CAHYONO

NPM. 19082010099

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Sistem Informasi

Fakultas Ilmu Komputer



Agung Brastama Putra, S.Kom., M.Kom.

NIP. 19851124 2021211 003

Halaman ini sengaja dikosongkan

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Athallah Rafif Cahyono
NPM : 19082010099
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Sistem Informasi
Fakultas : Ilmu Komputer

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, 27 Maret 2025
Yang Membuat Pernyataan



Athallah Rafif Cahyono

NPM. 19082010099

Halaman ini sengaja dikosongkan

ABSTRAK

Nama Mahasiswa / NPM : Athallah Rafif Cahyono / 19082010099
Judul Skripsi : Evaluasi Karakteristik Niat Pengguna Pada Live Streaming Menggunakan Model UTAUT (Studi Kasus : Shopee Live)
Dosen Pembimbing : 1. Arista Pratama, S.Kom., M.Kom
2. Virdha Rahma Aulia, S.Kom., M.Kom.

Perkembangan *e-commerce* di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang sangat pesat, terutama dengan semakin populernya fitur live streaming dalam aktivitas belanja online. Salah satu platform yang memanfaatkan fitur ini adalah Shopee, di mana pengguna dapat berinteraksi langsung dengan penjual dan melihat produk secara real-time. Penggunaan live streaming dinilai mampu meningkatkan pengalaman belanja konsumen serta membangun kedekatan dengan penjual.

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi karakteristik niat pengguna dalam menggunakan fitur Shopee Live dengan menggunakan model UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*). Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif. Data dikumpulkan dari 150 responden pengguna Shopee Live dan dianalisis menggunakan SEM-PLS (*Structural Equation Modeling-Partial Least Squares*) untuk mengukur pengaruh beberapa variabel seperti *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, *Hedonic Motivation*, *Price Value*, *Habit*, *Trust*, *Behavioral Intention* dan *Use Behavior*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Performance Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, *Hedonic Motivation*, *Habit*, dan *Trust* memiliki pengaruh signifikan terhadap niat perilaku pengguna (*Behavioral Intention*) yang pada akhirnya memengaruhi *Use Behavior*. Sementara itu, *Effort Expectancy* dan *Price Value* tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa pengguna lebih tertarik pada manfaat dan pengalaman positif dari penggunaan fitur live streaming dibandingkan aspek kemudahan atau harga.

Kata Kunci: *Shopee Live, Live Streaming, UTAUT, SEM-PLS*

Halaman ini sengaja dikosongkan

ABSTRACT

Student Name / NPM : Athallah Rafif Cahyono / 19082010099
Thesis Title : Evaluation of User Intention Characteristic in Live Streaming Using the UTAUT Model (Case Study : Shopee Live)
Advisor : 1. Arista Pratama, S.Kom., M.Kom.
2. Virdha Rahma Aulia, S.Kom., M.Kom.

The development of e-commerce in Indonesia shows a very rapid growth, especially with the growing popularity of live streaming features in online shopping activities. One platform that utilizes this feature is Shopee, where users can interact directly with sellers and view products in real-time. The use of live streaming is considered to be able to improve the consumer shopping experience and build closeness with sellers.

This study aims to evaluate the characteristics of user intention in using the Shopee Live feature using the UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) model. The method used is a quantitative method. Data was collected from 150 Shopee Live user respondents and analyzed using SEM-PLS (Structural Equation Modeling-Partial Least Squares) to measure the influence of several variables such as Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Hedonic Motivation, Price Value, Habit, Trust, Behavioral Intention and Use Behavior.

The results showed that Performance Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Hedonic Motivation, Habit, and Trust have a significant influence on user behavioral intention, which in turn affects Use Behavior. Meanwhile, Effort Expectancy and Price Value did not show a significant influence. These findings suggest that users are more interested in the benefits and positive experience of using the live streaming feature than the ease or price aspects.

Keywords: *Shopee Live, Live Streaming, UTAUT, SEM-PLS*

Halaman ini sengaja dikosongkan

KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji dan Syukur kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan kesempatan, kesehatan, dan seluruh kasih sayang melalui kekuatan yang diberikan. Melalui Ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi berjudul **“Evaluasi Karakteristik Niat Pengguna pada Live Streaming Menggunakan Model UTAUT (Studi Kasus : Shopee Live)”**. Laporan skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komputer pada Program Studi Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Dalam proses penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan dukungan luar biasa, baik dalam bentuk doa, semangat, maupun bantuan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih secara khusus kepada:

1. Ibu Murti dan Bapak Dedy, kedua orang tua tercinta yang tiada henti memberikan doa, cinta, dan dukungan dalam setiap langkah perjalanan penulis. Terima kasih atas segala pengorbanan dan tulus kasih yang diberikan. Juga kepada saudara kandung saya, Athaya Khalishah Cahyono, serta seluruh keluarga besar penulis yang senantiasa menjadi penyemangat selama perjuangan skripsi ini.
2. Bapak Arista Pratama, S.Kom., M.Kom., selaku dosen promotor sekaligus dosen pembimbing I, dan dengan sabar memberikan bimbingan, arahan, dan ilmu berharga kepada penulis di setiap tahap proses penyusunan skripsi ini, sehingga seluruh laporan skripsi ini terselesaikan.
3. Ibu Virdha Rahma Aulia, S.Kom., M.Kom., selaku dosen pembimbing II, dan dengan penuh kesabaran dan ketulusan terus mendampingi dan mengarahkan penulis hingga skripsi ini terselesaikan.
4. Bapak Agung Brastama Putra, S.Kom., M.Kom., selaku koordinator program studi Sistem Informasi, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, atas perannya dalam mendukung kelancaran studi penulis.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Sistem Informasi, yang telah dengan tulus memberikan ilmu, pengetahuan, dan pengalaman berharga selama masa perkuliahan.

6. Para responden penelitian, yang telah meluangkan waktu untuk berpartisipasi mengisi kuesioner, sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik.
7. Sahabat terbaik, yaitu Muhammad Rafi Pratama, Erlangga Putra, Indy Milen, Dimas Dicki dan Almas Agung, terimakasih atas tawa, dukungan, dan semangat yang tak pernah putus diberikan kepada penulis.
8. Teman-teman seperbimbingan, atas kerjasama, diskusi, dan ilmu, yang telah memberikan banyak wawasan baru kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
9. Seluruh teman seperjuangan Sistem Informasi 2019, atas dukungan dan kerjasamanya selama menempuh studi.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah banyak memberikan banyak bantuan dan dukungan yang tak ternilai kepada penulis selama proses ini. Terima kasih atas segala kebaikan dan kontribusi yang telah memperlancar perjalanan penulis hingga akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini, masih banyak kekurangan yang perlu diperbaiki. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan penulisan skripsi ini. Dengan segala keterbatasan yang penulis miliki, semoga laporan ini tetap dapat manfaat, baik bagi pembaca secara umum maupun bagi penulis khususnya.

Surabaya, Maret 2025

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	v
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	xi
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR TABEL	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan.....	5
1.4 Manfaat.....	6
1.5 Batasan	6
1.6 Relevansi SI.....	6
1.7 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 <i>E-commerce</i>	9
2.2 Live Streaming	10
2.3 Shopee	11
2.4 UTAUT.....	13
2.5 SEM-PLS.....	16
2.6 Penelitian Terdahulu.....	17
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Alur Penelitian.....	23

3.2	Studi Literatur.....	23
3.3	Identifikasi Masalah	24
3.4	Model Konseptual	24
3.5	Hipotesis Penelitian	25
3.5.1	Pengaruh <i>Performance Expectancy</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	25
3.5.2	Pengaruh <i>Effort Expectancy</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	25
3.5.3	Pengaruh <i>Social Influence</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	25
3.5.4	Pengaruh <i>Facilitating Conditions</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	26
3.5.5	Pengaruh <i>Facilitating Condition</i> Terhadap <i>Use Behavior</i>	26
3.5.6	Pengaruh <i>Hedonic Motivation</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	27
3.5.7	Pengaruh <i>Price Value</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	27
3.5.8	Pengaruh <i>Habit</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	27
3.5.9	Pengaruh <i>Habit</i> Terhadap <i>Use Behavior</i>	28
3.5.10	Pengaruh <i>Trust</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	28
3.5.11	Pengaruh <i>Trust</i> Terhadap <i>Use Behavior</i>	29
3.5.12	Pengaruh <i>Behavioral Intention</i> Terhadap <i>Use Behavior</i>	29
3.6	Metode Pengumpulan Data	30
3.7	Skala Likert	31
3.8	Penyusunan Instrumen Penelitian	31
3.9	Pengujian Instrumen Penelitian	34
3.9.1	Uji Validitas	35
3.9.2	Realibilitas	39
3.10	Pengelolaan Data	40
3.10.1	Analisis Deskriptif	40
3.10.2	Analisis Inferensial	40

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Data Demografi Responden.....	45
4.1.1 Jenis Kelamin	45
4.1.2 Pekerjaan	46
4.1.3 Berapa kali menggunakan fitur.....	46
4.1.4 Kebutuhan barang yang sering dibeli	47
4.2 Pembahasan Analisis Statistik Deskriptif Variabel	48
4.2.1 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Performance Expectancy</i>	48
4.2.2 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Effort Expectancy</i>	49
4.2.3 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Social Influence</i>	50
4.2.4 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Facilitating Conditions</i>	52
4.2.5 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Hedonic Motivation</i>	53
4.2.6 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Price Value</i>	54
4.2.7 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Habit</i>	55
4.2.8 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Trust</i>	56
4.2.9 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Behavioral Intention</i>	57
4.2.10 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Use Behavior</i>	58
4.3 Pembahasan Analisis Inferensial	59
4.3.1 Outer Model.....	60
4.3.2 Inner Model	64
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	74
4.4.1 Hubungan <i>Performance Expectancy</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	74
4.4.2 Hubungan <i>Effort Expectancy</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	75
4.4.3 Hubungan <i>Social Influence</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	76
4.4.4 Hubungan <i>Facilitating Condition</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	77

4.4.5	Hubungan <i>Facilitating Condition</i> Terhadap <i>Use Behavior</i>	78
4.4.6	Hubungan <i>Hedonic Motivation</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	79
4.4.7	Hubungan <i>Price Value</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	81
4.4.8	Hubungan <i>Habit</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	82
4.4.9	Hubungan <i>Habit</i> Terhadap <i>Use Behavior</i>	83
4.4.10	Hubungan <i>Trust</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	84
4.4.11	Hubungan <i>Trust</i> Terhadap <i>Use Behavior</i>	85
4.4.12	Hubungan <i>Behavioral Intention</i> Terhadap <i>Use Behavior</i>	85
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	87
5.1	Kesimpulan.....	87
5.2	Saran	88
DAFTAR PUSTAKA		89
LAMPIRAN		97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peringkat penggunaan internet berdasarkan tujuan (databoksweb2024)	2
Gambar 1.2 Peringkat Aplikasi <i>E-commerce</i>	3
Gambar 1.3 Platform belanja online secara siaran langsung	4
Gambar 1.4 Relevansi Sistem Informasi	7
Gambar 2.1 Fitur Live Shopee	13
Gambar 2.2 Model Konseptual UTAUT oleh Venkatesh 2003	14
Gambar 3.1 Alur Penelitian	23
Gambar 3.2 Model Konseptual	24
Gambar 3.3 Tabel Distribusi Nilai	36
Gambar 4.1 Hasil Penyebaran Respoden berdasarkan Jenis Kelamin	45
Gambar 4.2 Hasil Penyebaran Respoden berdasarkan Jenis Pekerjaan	46
Gambar 4.3 Hasil Penyebaran Respoden berdasarkan Lama Penggunaan Fitur Live Streaming Shopee	47
Gambar 4.4 Jenis Kebutuhan Barang yang Sering Dibeli	47
Gambar 4.5 Uji Hipotesis	70

Halaman ini sengaja dikosongkan

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3.1 Skala Likert	31
Tabel 3.2 Instrumen Penelitian.....	31
Tabel 3.3 Kriteria Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	41
Tabel 3.4 Kriteria Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	42
Tabel 4.1 Hasil Frekuensi Jawaban Variabel <i>Performance Expectancy</i>	48
Tabel 4.2 Hasil Statistik Jawaban Variabel <i>Performance Expectancy</i>	49
Tabel 4.3 Hasil Frekuensi Jawaban Variabel <i>Effort Expectancy</i>	49
Tabel 4. 4 Hasil Statistik Jawaban Variabel <i>Effort Expectancy</i>	50
Tabel 4.5 Hasil Frekuensi Jawaban Variabel <i>Social Influence</i>	50
Tabel 4.6 Hasil Statistik Jawaban Variabel <i>Social Influence</i>	51
Tabel 4.7 Hasil Frekuensi Jawaban Variabel <i>Facilitating Conditions</i>	52
Tabel 4.8 Hasil Statistik Jawaban Variabel <i>Facilitating Conditions</i>	52
Tabel 4. 9 Hasil Frekuensi Jawaban Variabel <i>Hedonic Motivation</i>	53
Tabel 4. 10 Hasil Statistik Jawaban Variabel <i>Hedonic Motivation</i>	53
Tabel 4.11 Hasil Frekuensi Jawaban Variabel <i>Price Value</i>	54
Tabel 4.12 Hasil Statistik Jawaban Variabel <i>Price Value</i>	55
Tabel 4.13 Hasil Frekuensi Jawaban Variabel <i>Habit</i>	55
Tabel 4.14 Hasil Statistik Jawaban Variabel <i>Habit</i>	56
Tabel 4.15 Hasil Frekuensi Jawaban Variabel <i>Trust</i>	56
Tabel 4.16 Hasil Statistik Jawaban Variabel <i>Trust</i>	57
Tabel 4.17 Hasil Frekuensi Jawaban Variabel <i>Behavioral Intention</i>	57
Tabel 4.18 Hasil Statistik Jawaban Variabel <i>Behavioral Intention</i>	58
Tabel 4.19 Hasil Frekuensi Jawaban Variabel <i>Use Behavior</i>	59
Tabel 4.20 Hasil Statistik Jawaban Variabel <i>Use Behavior</i>	59
Tabel 4.21 Outer Loading.....	60
Tabel 4.22 Hasil Average Variance Extracted (AVE)	61
Tabel 4.23 Fornell-Larcker Criterion	62
Tabel 4.24 Cross Loading.....	62

Tabel 4.25 Hasil Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	63
Tabel 4.26 Tabel Uji Multikolinearitas (Nilai VIF)	64
Tabel 4.27 Nilai Pengaruh Total (Total Effect).....	65
Tabel 4.28 Nilai Pengaruh Langsung (Direct Effect).....	66
Tabel 4.29 Nilai Pengaruh Tidak Langsung (IndirectEffect)	67
Tabel 4.30 Nilai R-Square	68
Tabel 4.31 Nilai Effect Size (F-Square) Behavioral Intention	69
Tabel 4.32 Nilai Effect Size (F-Square) <i>Use Behavior</i>	69
Tabel 4.33 Hasil Uji Hipotesis	70