

## Analisis Penerimaan Aplikasi Shopee Pada Generasi Milenial Dengan Technology Acceptance Model

Mia Rosmiati<sup>1</sup>, Fandhilah<sup>2</sup>, Lusiana Zain<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Sistem Informasi Universitas Bina Sarana Informatika, mia.mrm@bsi.ac.id, Jl. Kramat Raya No. 98, Jakarta Pusat, Indonesia

<sup>2</sup>Sistem Informasi Universitas Bina Sarana Informatika, fandhilah.fnd@bsi.ac.id, Jl. Sipelem No. 22, Tegal, Indonesia

<sup>3</sup>Sistem Informasi Universitas Nusa Mandiri, lusianazain98@gmail.com, Jl. Raya Jatiwaringin No. 2, Jakarta Timur, Indonesia

### Informasi Makalah

Submit : May 27, 2022

Revisi : Jun 22, 2022

Diterima : Jun 6, 2022

### Kata Kunci :

Aplikasi  
E-Commerce  
Mobile  
Shopee  
TAM

### Abstrak

Shopee merupakan *e-commerce* yang berbasis aplikasi *mobile* dan sedang berkembang di Indonesia. Sebagai salah satu aplikasi *mobile* terbesar di Indonesia, Shopee memberikan tawaran jual beli *online* yang menyenangkan, gratis dan terpercaya. Sebagai salah satu platform terbesar di Indonesia tidak sedikit juga pengguna aplikasi Shopee yang merasa kecewa dengan pelayanan yang disediakan pada aplikasi ini. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat penerimaan pengguna dalam berbelanja menggunakan aplikasi Shopee dengan menggunakan metode *Technology Acceptance Model* (TAM). Model pada penelitian ini menggunakan 5 variabel yaitu, *perceived Ease Of Use*, *Perceived of Usefulness*, *Behavior Intention to Use*, *Actual System Usage* dan *Attitude Toward Using*. Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa *perceived Ease of Use* dari berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived of Usefulness*, *perceived Ease of Use* dan *Attitude Toward Using* menunjukkan hasil yang berpengaruh positif, *Perceived Of Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude Toward Using*, *Attitude Toward Using* berpengaruh signifikan positif terhadap *Behavioral Intention to Use*, *Behavioral Intention To Use* berpengaruh signifikan positif terhadap *Actual System Usage*. Secara umum penelitian ini menunjukkan hasil yang cukup memuaskan. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi Shopee sudah baik. Hal ini juga dapat ditunjukkan dari minat pengguna terhadap aplikasi Shopee yang memberikan banyak tanggapan baik terhadap masing-masing variabel penelitian.

### Abstract

Shopee is an e-commerce based on mobile applications and is developing in Indonesia. As one of the largest mobile applications in Indonesia, Shopee provides a fun, free and reliable online buying and selling offer. As one of the largest platforms in Indonesia, not a few Shopee application users are disappointed with the services provided on this application. This study was conducted to determine the level of user acceptance in shopping using the Shopee application using the Technology Acceptance Model (TAM) method. The model in this study uses 5

variables namely, Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Behavior Intention to Use, Actual System Usage and Attitude Toward Using. The results of this study show that perceived Ease of Use has a positive and significant effect on Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and Attitude Toward Using show results that have a positive effect, Perceived Usefulness has a positive and significant effect on Attitude Toward Using, Attitude Toward Using has an effect significantly positive on Behavioral Intention to Use, Behavioral Intention To Use has a significant positive effect on Actual System Usage. In general, this study showed quite satisfactory results. The results of the descriptive analysis show that the use of the Shopee application is good. This can also be shown from the user's interest in the Shopee application which provides many good responses to each research variable.

## 1. Pendahuluan

Dengan semakin majunya teknologi informasi dan semakin berkembangnya internet, kegiatan jual beli dilakukan secara online atau melalui media *mobile commerce* (*m-commerce*). Salah satu solusi dalam meningkatkan pemasaran bagi pelaku usaha di era milenial ini adalah dengan menggunakan teknologi *m-commerce* (Mirantika, 2022).

Bersumber dari Asosiasi Pelayanan Jasa Internet Indonesia pengguna internet di Indonesia pada tahun 2017 mencapai 143,26 juta. Banyaknya pengguna internet ini mendorong pasar *online* semakin besar (Prakosa & Wintaka, 2020). Sedangkan berdasarkan data penduduk Indonesia dari Badan Pusat Statistik memperlihatkan jumlah populasi generasi milenial mencapai lebih dari 81 juta jiwa. Hal ini menunjukkan bahwa lebih dari 50% pengguna internet di Indonesia dikuasai oleh generasi milenial pada tahun 2017 (Hutami & Septyarini, 2018).

Generasi milenial adalah generasi yang banyak menggunakan kecanggihan teknologi, generasi ini lahir dari tahun 1981 sampai dengan 2000. Generasi milenial sangat fasih dalam penggunaan *social media*, *marketplace*, dan juga investasi *online* (Hutami & Septyarini, 2018). Oleh karena itu tidak heran jika saat ini banyak aplikasi *marketplace* yang bermunculan seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, dan lain-lain.

Salah satu aplikasi *marketplace* yang cukup terkenal adalah Shopee. Shopee pertama kali muncul pada tahun 2009 di Singapura dan memperluas jangkauannya ke berbagai negara termasuk Indonesia. Shopee memberikan berbagai macam penawaran dengan banyak kategori produk yang dibutuhkan oleh penggunanya. Shopee memiliki tujuan menjadi penghubung antara penjual dan pembeli agar dapat melakukan transaksi jual beli dengan mudah (Anthony & Sama, 2021).

Shopee merupakan *e-commerce* yang berbasis aplikasi *mobile* dan sedang berkembang di Indonesia. Sebagai salah satu aplikasi *mobile* terbesar di Indonesia, Shopee memberikan tawaran jual beli *online* yang menyenangkan, gratis dan terpercaya (Putri & Yusuf, 2019). Sebagai salah satu platform terbesar di Indonesia tidak sedikit juga pengguna aplikasi Shopee yang merasa kecewa dengan pelayanan yang disediakan pada aplikasi ini (Anthony & Sama, 2021). Ada beberapa pengguna yang mengatakan bahwa barang tidak sampai pada saat pengguna telah selesai melakukan pembayaran yang diikuti dengan penjual yang tidak ada respon. Kemudian pengiriman barang yang tidak sesuai dengan deskripsi, dan proses pengembalian uang atay barang yang memakan waktu cukup lama. Tetapi ada juga pengguna yang memberikan kesan positif seperti aplikasi yang mudah digunakan untuk semua jenis usia, menyediakan bebas ongkos pengiriman, dan

banyak diskon menarik yang diberikan kepada pengguna.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat penerimaan pengguna dalam berbelanja menggunakan aplikasi Shopee dengan menggunakan metode *Technology Acceptance Model* (TAM). . TAM digunakan untuk memprediksi tingkat penerimaan pengguna terhadap teknologi baru (Sugihartono & Rendy, 2020). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berada di wilayah DKI Jakarta dengan rentang usia 15-25 tahun yang termasuk ke dalam kategori generasi milenial dan pernah menggunakan dan berbelanja dengan aplikasi Shopee.

*Technology Acceptance Model* (TAM), merupakan teori yang menawarkan landasan untuk mempelajari dan memahami perilaku pengguna teknologi dalam menerima dan menggunakan teknologi yang ditawarkan. Model TAM dikembangkan dari teori psikologis yang menjelaskan perilaku pengguna teknologi berdasarkan keyakinan, sikap, niat dan hubungan perilaku pengguna (Hidayat & Canta, 2022).

Landasan konsep yang ditawarkan model TAM adalah persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), minat perilaku untuk menggunakan (*behavior intention to use*), dan kondisi nyata penggunaan sistem (*actual system usage*). Dalam penelitian ini terdapat penambahan konstruk yaitu sikap penggunaan (*attitude toward using*) serta perbedaan pada populasi dan sampel yang diuji.

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease Of Use (PeoU)*) terhadap persepsi kemanfaatan (*Perceived of Usefulness (PoU)*) dalam menggunakan aplikasi Shopee, untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan (*Perceive Ease Of Use (PeoU)*) terhadap sikap penggunaan (*Attitude Toward Using (AtU)*) dalam

menggunakan aplikasi Shopee, untuk mengetahui pengaruh persepsi kemanfaatan (*Perceived Of Usefulness (PoU)*) terhadap sikap penggunaan (*Attitude Toward Using (AtU)*) dalam menggunakan aplikasi Shopee, untuk mengetahui pengaruh persepsi sikap Penggunaan (*Attitude Toward Using (AtU)*) terhadap minat perilaku untuk menggunakan (*Behavioral Intention to Use (BitU)*) dalam menggunakan aplikasi Shopee, untuk mengetahui pengaruh persepsi minat perilaku untuk menggunakan (*Behavioral Intention To Use (BitU)*) terhadap kondisi nyata penggunaan sistem (*Actual System Usage (AU)*) dalam menggunakan aplikasi Shopee. Sehingga nantinya dapat diketahui factor-faktor apa saja yang mempengaruhi penerimaan aplikasi Shopee di kalangan generasi milenial dan dan menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk pengembangan aplikasi di masa yang akan datang.

## 2. Metode Penelitian

### 2.1. Tahapan Penelitian

Tahapan-tahapan penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah :

#### 1. Identifikasi Masalah

Pada tahapan ini dilakukan dengan mengidentifikasi masalah dengan menentukan tema atau topic penelitian, dengan mempertimbangkan berbagai permasalahan dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Sampel penelitian yang digunakan adalah pengguna dengan rentang usia 15-25 tahun di wilayah DKI Jakarta yang pernah menggunakan atau berbelanja online di Shopee.

#### 2. Merumuskan Hipotesis

Hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini yaitu :

H1 : Persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease Of Use (PeoU)*) berpengaruh positif terhadap persepsi kemanfaatan (*Perceived of Usefulness (PoU)*)

H2 : Persepsi kemudahan penggunaan (*Perceive Ease Of Use (PeoU)*) berpengaruh signifikan positif terhadap sikap penggunaan (*Attitude Toward Using (AtU)*)

H3 : Persepsi kemanfaatan (*Perceived Of Usefulness (PoU)*) berpengaruh signifikan positif terhadap sikap penggunaan (*Attitude Toward Using (AtU)*)

H4 : Persepsi sikap Penggunaan (*Attitude Toward Using (AtU)*) berpengaruh signifikan positif terhadap minat perilaku untuk menggunakan (*Behavioral Intention to Use (BitU)*)

H5 : Persepsi minat perilaku untuk menggunakan (*Behavioral Intention To Use (BitU)*) berpengaruh signifikan positif terhadap kondisi nyata penggunaan sistem (*Actual System Usage (AU)*)

### 3. Mengumpulkan Data

Pada tahap mengumpulkan data dilakukan pencarian data dengan teknik dan langkah-langkah yang sesuai agar mendapatkan data dan informasi yang akurat, salah satunya dengan cara observasi, wawancara dan menyebarkan kuesioner. Hasil pengisian kuesioner ini merupakan data utama untuk diolah dan dapat menghasilkan kesimpulan dalam penelitian ini. Jika data diperoleh dengan cara yang salah, akibatnya informasi yang dihasilkan pun salah.

### 4. Mengelola dan Menyajikan Data

Setelah data terkumpul kemudian akan dilakukan pengolahan data sehingga informasi yang tersaji lebih mudah diinterpretasikan dan dianalisis lebih lanjut. Pengolahan data dapat diolah dengan menggunakan bantuan komputer, yaitu menggunakan aplikasi SPSS.

### 5. Menganalisis Data

Dari hasil pengolahan data kemudian dilakukan analisa agar mendapatkan hasil yang lebih maksimal sesuai dengan harapan dan tujuan penelitian. Analisa data yang dilakukan pada penelitian ini adalah analisa deskriptif variabel

penelitian, analisa statistik dan juga pengujian hipotesis.

### 6. Kesimpulan

Setelah semua langkah penelitian selesai kemudian dibuat generalisasi berdasarkan batasan-batasan dari penelitian, dan juga dibuatkan kesimpulan berdasarkan hipotesis yang sudah diajukan. Serta dilakukan pembuatan saran karena setiap penelitian memiliki keterbatasan ataupun asumsi-asumsi.

## 2.2. Metode Pengumpulan Data, Populasi dan Sampel Penelitian

Di dalam sebuah penelitian dibutuhkan suatu metode penelitian yang dapat membantu dan memudahkan dalam memperoleh data yang dibutuhkan sesuai dengan tujuan dan masalah yang ada.

### A. Metode Pengumpulan Data

Ada dua jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini yaitu data yang berasal langsung dari lapangan (primer) dan data yang tidak berasal langsung dari lapangan (sekunder).

Pengumpulan data primer dilakukan dengan dua cara yaitu :

#### 1. Observasi

Observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan secara langsung dan mencatat setiap apa yang ada di lapangan berkaitan dengan data yang dibutuhkan pada objek penelitian, yaitu dengan mengamati secara langsung sistem aplikasi Shopee yang digunakan oleh masyarakat di wilayah DKI Jakarta.

#### 2. Kuesioner (Angket)

Pada teknik kuesioner pengumpulan data dilakukan dengan menyerahkan atau mengirimkan daftar pertanyaan online untuk diisi oleh responden.

Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan metode studi kepustakaan, dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan informasi-informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang

berkaitan dengan masalah dan variabel yang sedang diteliti. Studi kepustakaan ini didapat dari berbagai sumber yaitu, jurnal-jurnal penelitian dan juga buku serta website sebagai media elektronik.

#### B. Populasi

Populasi adalah seluruh data yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti dalam ruang lingkup dan waktu yang telah ditentukan. Populasi terkait dengan data, jika setiap manusia memberikan sebuah data, maka banyaknya populasi akan sama dengan banyaknya manusia (Saputra & Riyadi, 2017).

Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat di wilayah DKI Jakarta yang termasuk kategori generasi milenial dengan rentang usia 15 hingga 25 tahun yang pernah berbelanja dan menggunakan aplikasi Shopee.

#### C. Sampel Penelitian

Dilihat berdasarkan karakteristiknya, populasi dalam penelitian ini adalah jenis populasi yang tidak dapat diketahui jumlahnya. Oleh karena itu pendekatan yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu dengan pendekatan *non probability sampling* dan menggunakan teknik insidental sampling, yaitu teknik pengambilan sampel dengan kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel (Mahendra et al., 2018).

Jumlah sampel ditentukan dengan jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Penelitian ini menggunakan 19 indikator dengan perbandingan 1:5 responden. Sehingga 19 indikator x 5 responden = 95 responden, namun ditetapkan menjadi 112 orang untuk mengurangi kesalahan dengan harapan jumlah sampel tersebut dapat mewakili seluruh populasi yang ada.

#### 2.3. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti. Jumlah

instrument yang digunakan untuk penelitian akan bergantung pada jumlah variabel yang akan diteliti. Instrumen penelitian dalam penelitian ini berupa kuesioner atau angket yang berisi butir-butir pertanyaan atau pernyataan untuk diberi tanggapan oleh pengguna aplikasi Shopee.

Variabel penelitian yang digunakan di dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua, yaitu variabel bebas (*Independent Variable*) dan variabel terkait (*Dependent Variable*). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah persepsi kemudahan (*perceived ease of use* (PeoU)) sebagai X1, persepsi kemanfaatan penggunaan (*perceived usefulness* (PoU)) sebagai X2, sikap penggunaan (*attitude toward using* (AtU)) sebagai X3, dan minat pelaku untuk menggunakan (*behavior intention to use* (BitU)) sebagai X4. Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini disimbolkan dengan Y yaitu kondisi nyata penggunaan sistem (*actual system usage* (AU)).

Skala yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial. Dalam penelitian ini, digunakan 5 (lima) kategori penilaian di mana masing-masing pertanyaan diberi skor 1-5.

Tabel 1. Pengukuran Skala Likert

Skor	Kategori
1	Sangat tidak setuju (STS)
2	Tidak setuju (TS)
3	Cukup setuju (CS)
4	Setuju (S)
5	Sangat setuju (SS)

Sumber : (Susanti & Fitriani, 2021)

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### 3.1. Profil Responden

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan terhadap 112 responden yang berada di wilayah DKI Jakarta, didapatkan gambaran umum mengenai profil responden

yang diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin dan usia

Tabel 2. Profil Responden

Kategori	Klasifikasi	Presentase
Jenis kelamin	Laki-laki	27%
	Perempuan	73%
Usia	15-20 Tahun	19%
	21-25 Tahun	81%

Sumber : (Rosmiati et al., 2022)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki sebesar 27% yaitu 30 responden dan yang berjenis kelamin perempuan sebesar 73% yaitu 82 responden. Dan responden yang berusia 15-20 tahun sebesar 19% yaitu 21 responden, yang berusia 21-25 tahun sebesar 81% yaitu 91 responden. Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa pengguna aplikasi Shopee lebih banyak yang berjenis kelamin perempuan dan rentang usia 20-25 tahun.

### 3.2. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kevalidan angket dalam mengumpulkan data. Uji validitas yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan rumus korelasi *bivariate person* dengan alat bantu aplikasi SPSS. Adapun ringkasan hasil uji validitas dalam penelitian ini, sebagaimana data dalam tabel berikut ini:

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Perceived Ease Of Use	A1	,823**	0,1857	Valid
	A2	,816**	0,1857	Valid
	A3	,753**	0,1857	Valid
	A4	,815**	0,1857	Valid
Perceived Usefulness	B1	,760**	0,1857	Valid
	B2	,865**	0,1857	Valid
	B3	,870**	0,1857	Valid
	B4	,671**	0,1857	Valid
	C1	,706**	0,1857	Valid

Attitude Towards Using	C2	,907**	0,1857	Valid
	C3	,919**	0,1857	Valid
	C4	,832**	0,1857	Valid
Behavioral Intention to Use	D1	,772**	0,1857	Valid
	D2	,837**	0,1857	Valid
	D3	,870**	0,1857	Valid
	D4	,843**	0,1857	Valid
Actual System Usage	E1	,437**	0,1857	Valid
	E2	,712**	0,1857	Valid
	E3	,774**	0,1857	Valid

Sumber : (Rosmiati et al., 2022)

Dari hasil uji validitas semua *item* pertanyaan dinyatakan valid, karena semua nilai *r* hitung lebih besar daripada nilai *r* tabel 0,1857 maka dengan demikian *item* pertanyaan dalam penelitian ini semuanya valid dan layak digunakan untuk pengambilan data dalam penelitian ini.

### 3.3. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas Dalam program SPSS metode yang digunakan dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's*. Suatu konstruk atau variabel dapat dikatakan reliabel bila nilai *alpha* lebih besar dari *r*-tabel. Data dibawah ini merupakan hasil pengujian reliabilitas di SPSS, hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	r tabel	Keterangan
Perceived Ease of Use	0,813	0,1857	Reliabel
Perceived Usefulness	0,803	0,1857	Reliabel
Attitude Toward Using Behavioral Intention to Use	0,865	0,1857	Reliabel
Actual System Usage	0,289	0,1857	Reliabel

Sumber : (Rosmiati et al., 2022)

Hasil uji realibilitas diatas menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien

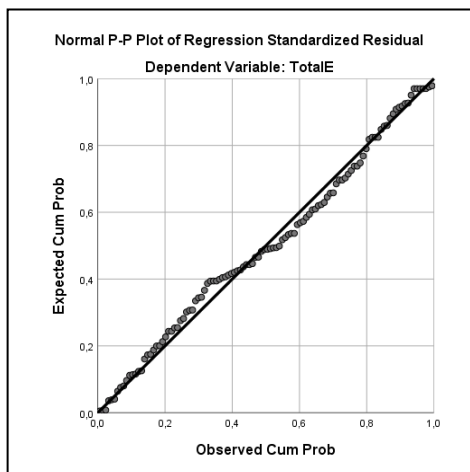
alpha yang lebih besar dari nilai r-tabel, sehingga dapat dikatakan semua variabel dari kuesioner adalah reliabel yang berarti bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang handal dan konsisten sehingga bisa digunakan berkali-kali.

### 3.4. Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini dilakukan dengan uji *Kolmogrov-Smirnov* pada nilai *Standardized Residual*. Data dikatakan menyebar normal apabila nilai *assymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari 0,050.

#### a. Metode Grafik

Uji normalitas residual dengan metode grafik yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumber diagonal pada grafik *Normal P-P Plot of regression standardized residual*. Sebagai dasar pengambilan keputusannya, jika titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual tersebut telah normal. Berikut adalah hasil uji normalitas metode grafik pada penelitian ini:



Gambar 1. Grafik uji normalitas

Berdasarkan gambar 1 di atas, menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya. Sehingga dapat disimpulkan model regresi memenuhi asumsi normalitas.

#### b. Uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*

Uji *one sample kolmogorov smirnov* digunakan untuk mengetahui distribusi data, apakah mengikuti distribusi normal atau tidak. Residual berdistribusi normal jika angka signifikansi (SIG) > 0,05 maka data berdistribusi normal namun jika angka signifikansi (SIG) < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal. Berikut adalah hasil uji normalitas dengan metode uji *one sample kolmogorov smirnov*

Tabel 5. Hasil Uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		112
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,82740387
Most Extreme Differences	Absolute	,064
	Positive	,052
	Negative	-,064
Test Statistic		,064
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : (Rosmiati et al., 2022)

Berdasarkan Tabel IV.54 diatas, dapat dilihat nilai dari (Asymp. Sig) yaitu sebesar 0,200, hasil tersebut lebih besar dari 0,05. Artinya nilai residual dari keseluruhan data berdistribusi normal.

### 3.5. Uji Multikolineritas

Uji multikolineritas bertujuan untuk menguji ada tidaknya korelasi yang signifikan yang mendekati sempurna antar variabel independen. Deteksi adanya masalah multikolineritas jika memiliki nilai VIF < 0,10 dan memiliki nilai *tolerance* > 0,10, maka tidak terjadi multikolineritas

Tabel 6. Hasil Pengujian Asumsi  
 Multikolinieritas Coefficients

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Perceived Ease Of Use	,308	3,244
	Perceived Usefulness	,419	2,387
	Attitude Towards Using	,252	3,969
	Behavioral Intention to Use	,304	3,285

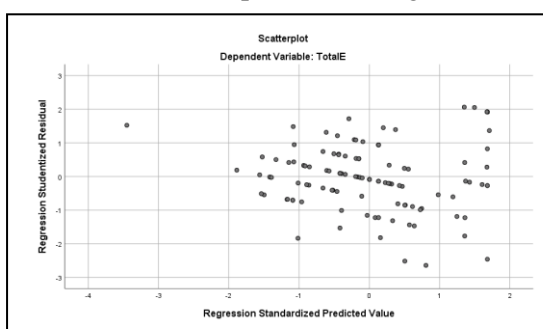
a. Dependent Variable: Actual System Usage

Sumber : (Rosmiati et al., 2022)

Berdasarkan nilai VIF yang diperoleh seperti terlihat pada tabel 6 menunjukkan tidak ada kolerasi yang sangat kuat antara sesama variabel bebas, dimana nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 0,10 jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinieritas.

### 3.6. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah kondisi di mana seluruh faktor gangguan tidak memiliki varian yang sama dan residual. Heteroskedastisitas akan menyebabkan penaksiran koefisien-koefisien regresi menjadi tidak efisien dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dapat melihat *scatterplot* yaitu jika titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.



Gambar 2. Uji heteroskedastisitas

Dari *output* hasil uji statistik diatas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar dengan yang pola tidak jelas di atas dan di bawah angka nol pada sumbu C maka dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak terjadi masalah heteroskedastisitas

Secara umum penelitian ini menunjukkan hasil yang cukup memuaskan. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi Shopee sudah baik. Hal ini juga dapat ditunjukkan dari minat pengguna terhadap aplikasi Shopee yang memberikan banyak tanggapan baik terhadap masing-masing variabel penelitian.

Dari hal tersebut selanjutnya diperoleh bahwa variabel-variabel independen berpengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel dependen pada aplikasi Shopee. Setelah melihat model secara keseluruhan dan menguji hubungan kausalitas seperti yang dihipotesiskan, tahap selanjutnya adalah pembahasan hasil analisis penelitian, yaitu sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis Hubungan	Hasil Uji T	T Tabel	Sig	Keterangan
H1 PeoU terhadap PoU	10,906	1,98238	0,000	Diterima
H2 PeoU terhadap AtU	13,306	1,98238	0,000	Diterima
H3 PoU terhadap AtU	9,095	1,98238	0,000	Diterima
H4 AtU terhadap BitU	14,439	1,98238	0,000	Diterima
H5 BitU terhadap AU	4,344	1,98238	0,000	Diterima

Sumber : (Rosmiati et al., 2022)

Pada bagian ini, hasil penelitian dijelaskan dan pada saat yang sama diberikan pembahasan yang komprehensif. Hasil dapat disajikan dalam angka, grafik, tabel, dan lainnya yang membuat pembaca mudah



memahami. Pembahasan dapat dilakukan dalam beberapa sub-bab. Sangat disarankan bahwa perbandingan dengan hasil dari artikel yang diterbitkan lainnya disediakan untuk memberikan lebih banyak konteks dan untuk memperkuat klaim kebaruan.

#### 4. Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada pengguna aplikasi Shopee, mengenai pengaruh minat belanja *online* pada aplikasi Shopee, maka dapat diambil kesimpulan yang pertama adalah persepsi kemudahan penggunaan (*perceived Ease of Use*) dari penggunaan Aplikasi Shopee mendukung adanya suatu pengaruh yang positif dan signifikan terhadap persepsi kemanfaatan (*Perceived of Usefulness*). Pengukuran ini memberikan indikasi bahwa semakin mudah menggunakan aplikasi Shopee, maka semakin dapat diketahui manfaat dari sistem tersebut.

Kedua adalah Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived Ease of Use*) dan sikap penggunaan (*Attitude Toward Using*) menunjukkan hasil yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap Aplikasi Shopee. Evaluasi dari pengguna mengenai fungsionalitas aplikasi Shopee dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi bagi penggunanya.

Ketiga Persepsi kemanfaatan (*Perceived Of Usefulness*) dari penggunaan Aplikasi Shopee berpengaruh yang positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan (*Attitude Toward Using*). Hasil ini memberikan indikasi bahwa persepsi kemanfaatan pada aplikasi Shopee dapat menentukan sikap penggunaan bagi penggunanya.

Keempat Sikap Penggunaan (*Attitude Toward Using*) berpengaruh signifikan positif terhadap minat perilaku untuk menggunakan (*Behavioral Intention to Use*). Hal ini menunjukkan sikap pengguna dapat mempengaruhi minat perilaku untuk menggunakan aplikasi Shopee.

Kelima Minat perilaku untuk menggunakan (*Behavioral Intention To Use*) berpengaruh signifikan positif terhadap kondisi nyata penggunaan sistem (*Actual System Usage*). Dalam hal ini minat perilaku untuk menggunakan mempengaruhi kondisi yang nyata yang terjadi dalam menggunakan aplikasi Shopee.

#### 5. Referensi

- Anthony, L., & Sama, H. (2021). Studi Kualitatif Mengenai Faktor Penerimaan Aplikasi E-Commerce Shopee Dan Fintech Shopeepay Bagi Masyarakat Senior. *Journal Conference On Management, Business, Innovation, Education And Social Science*, 1(1), 678–686.
- Hidayat, T., & Canta, D. S. (2022). Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Penerapan Aplikasi Tokopedia Dengan Menggunakan Metode Tam. *Jurikom (Jurnal Riset Komputer)*, 9(2), 472–478.  
<https://doi.org/10.30865/Jurikom.V9i1.3846>
- Hutami, L. T. H., & Septyarini, E. (2018). Intensi Penggunaan Electronic Wallet Generasi Millennial Pada Tiga Startup “Unicorn” Indonesia Berdasarkan Modifikasi Tam. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 136–145.
- Mahendra, I., Septiany, N., & Informasi Stmik Nusa Mandiri Jakarta, S. (2018). Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Dalam Penggunaan Aplikasi Grab (Studi Kasus : Mahasiswa Stmik Nusa Mandiri Jakarta). *Jurnal Ilmu Pengetahuan*, 44(1), 9–16.  
<http://www.nusamandiri.ac.id>
- Mirantika, N. (2022). Analisis Penerimaan Teknologi M-Commerce Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (Tam) Pada Penjualan Retail Di Kabupaten Kuningan. *Nuansa Informatika*, 16(1), 161–171.

<https://doi.org/10.25134/nuansa.v1i1.5236>

- Prakosa, A., & Wintaka, D. J. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Ulang E-Wallet Pada Generasi Milenial Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Bisman (Bisnis Dan Manajemen): The Journal Of Business And Management*, 3, 275. <https://doi.org/10.35393/1730-006-002-014>
- Putri, H. O., & Yusuf, B. (2019). Penerapan Metode Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology ( Utaut) Dalam Memprediksi Behavioral Intentions Pada Penggunaan E-Commerce Shopee Di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 10(2), 1–13.
- Saputra, M. R., & Riyadi, S. (2017). Sistem Informasi Populasi Dan Historikal Unit Alat-Alat Berat Pada Pt . Daya Kobelco Construction Machinery Indonesia. *Jurnal Penelitian Dosen Fikom (Unda*, 6(2), 1–6.
- Sugihartono, T., & Rendy, P. (2020). Analisis Kepuasan Pengguna Menggunakan Technology Acceptance Model Pada Sistem Pelayanan Publik. *Satin - Sains Dan Teknologi Informasi*, 06(2020), 96–105. <https://doi.org/10.33372/stn.v6i2.651>
- Susanti, S., & Fitriani, S. (2021). Analisis Penerimaan Pengguna Dana Sebagai Media Pembayaran Pada Marketplace Lazada Menggunakan Tam. *Ijcit (Indonesian Journal On Computer And Information Technology)*, 6(2), 111–117. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/ijcit>