

**PENERAPAN METODE UNIFIED THEORY OF ACCEPTENCE AND
USE OF TECHNOLOGY (UTAUT) DALAM MEMPREDIKSI
BEHAVIORAL INTENTIONS PADA PENGGUNAAN
E-COMMERCE SHOPEE DI KALANGAN
MAHASISWA
(STUDI KASUS DI FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN UIN AR-
RANIRY)**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

HANIFAH OKTANA PUTRI
NIM. 140212058

Mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Keguruan (FTK)
Prodi Pendidikan Teknologi Informasi



AR - R A N I R Y
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY

DARUSSALAM-BANDA ACEH

2019 M/1440 H

**PENERAPAN METODE UNIFIED THEORY OF ACCEPTENCE AND
USE OF TECHNOLOGY (UTAUT) DALAM MEMPREDIKSI
BEHAVIORAL INTENTIONS PADA PENGGUNAAN
E-COMMERCE SHOPEE DI KALANGAN MAHASISWA (STUDI KASUS
DI FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN UIN AR-RANIRY)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Tarbiyah dan Keguruan (FTK)
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh
Sebagai Beban Studi Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Dalam Ilmu Pendidikan Islam

Oleh

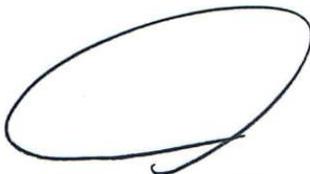
HANIFAH OKTANA PUTRI

NIM. 140212058

Mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
Prodi Pendidikan Teknologi Informasi

Disetujui Oleh:

Pembimbing I,



Muhibuddin, M.Ag
NIP. 197006082000031002

Pembimbing II,



Bustami, M.Sc
NIP. 1986040820140310001

**PENERAPAN METODE UNIFIED THEORY OF ACCEPTENCE AND
USE OF TECHNOLOGY (UTAUT) DALAM MEMPREDIKSI
BEHAVIORAL INTENTIONS PADA PENGGUNAAN
E-COMMERCE SHOPEE DIKALANGAN
MAHASISWA
(STUDI KASUS DI FAKULTAS TARBİYAH DAN KEGURUAN UIN AR-
RANIRY)**

SKRIPSI

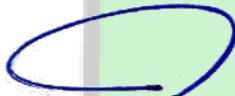
**Telah Diuji Oleh Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi
Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Ar-Raniry dan Dinyatakan Lulus
Serta Diterima Sebagai Salah Satu Beban Studi Program Sarjana (S-1)
dalam Ilmu Pendidikan Teknologi Informasi**

Pada Hari/Tanggal : Kamis, 31 Januari 2019 M
25 Jumadil Awal 1440 H

Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi

Ketua,

Sekretaris,

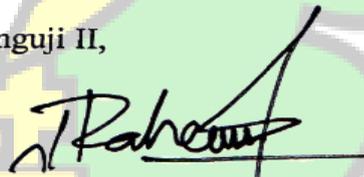


Muhibuddin, M.Ag
NIP. 197006082000031002

Basrul, M.S
NIP. -

Penguji I,

Penguji II,



Bustam, M.Sc.
NIP. 1986040820140310001

Rahmat Musfekar, M.Kom
NIP.-

Mengetahui,

Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Ar-Raniry
Darussalam Banda Aceh



Dr. Mushim Razali, S.H., M.Ag.
NIP. 195903091989031001

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hanifah Oktana Putri

Nim : 140212058

Prodi : Pendidikan Teknologi Informasi

Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan UIN Ar-Raniry

Judul Skripsi : Penerapan Metode Unified Theory Of Acceptence And Use Of Technology (UTAUT) Dalam Memprediksi Behavioral Intentions Pada Penggunaan *E-Commerce* Shopee Di Kalangan Mahasiswa (Studi Kasus Di Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan UIN Ar-Raniry Banda Aceh)

Dengan ini mnyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini saya:

1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggung jawabkan.
2. Tidak melakukan plagiat terhadap naskah karya orang lain.
3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.
4. Tidak memanipulasi dan memalsukan data.
5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggung jawab atas karya ini.

Bila dikemudian hari ada tuntutan dari pihaklain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar persyaratan ini, maka saya siap dikenai sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Banda Aceh, 14 Januari 2019

Yang Menyatakan,



Hanifah Oktana Putri

140212058

ABSTRAK

Nama : Hanifah Oktana Putri
Nim : 140212048
Prodi : Pendidikan Teknologi Informasi
Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan UIN Ar-Raniry
Judul Skripsi : Penerapan metode unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT) dalam memprediksi behavioral intentions pada penggunaan *e-commerce* shopee di kalangan mahasiswa (studi kasus di fakultas tarbiyah dan keguruan UIN Ar-raniry Banda Aceh)
Tanggal Sidang : 31 Januari 2019
Tebal Skripsi : 65 Lembar
Pembimbing I : Muhibuddin, M.Ag
Pembimbing II : Bustami, M.Sc
Kata kunci : *Behavioral Intentions, UTAUT, E-commerce*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Ekspektansi kinerja (*performance expectancy*), Ekspektansi usaha (*effort expectancy*), Pengaruh sosial (*social influence*), Kondisi pemfasilitasi (*facilitating conditions*) terhadap *Behavioral intentions* mahasiswa Fakultas Tarbiyah dalam menggunakan *e-commerce* Shopee. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Ar-Raniry yang pernah menggunakan *e-commerce* Shopee. Metode penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian. *Quota sampling* digunakan sebagai teknik pengambilan sampel. Penelitian ini menggunakan metode *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)*, digunakan untuk mengukur penerimaan pengguna terhadap suatu sistem informasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Keempat faktor diatas yaitu : Ekspektansi kinerja (*performance expectancy*), Ekspektansi usaha (*effort expectancy*), Pengaruh sosial (*social influence*), dan Kondisi pemfasilitasi (*facilitating conditions*). Secara keseluruhan memiliki semua dampak positif terhadap *Behavioral intention* mahasiswa FTK UIN Ar-Raniry dalam menggunakan *e-commerce* Shopee. Akan tetapi dari ke empat faktor tersebut hanya mampu menjelaskan pengaruh terhadap *Behavioral intention* sebesar 42%. Adapun dampak penelitian ini adalah sedikit banyak menjadi pembuka jalan dan acuan untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan metode UTAUT

Kata Kunci : Behavioral Intentions, UTAUT, E-commerce

KATA PENGANTAR



Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya pada kita semua. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah pada junjungan kita Nabi Muhammad Saw yang telah menuntun umat manusia dari alam kebodohan kealam yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Alhamdulillah dengan petunjuk dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat guna meraih gelar serjana (S1) pada prodi Pendidikan Teknologi Informasi, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, yang berkenaan tentang “Penerapan Metode *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) untuk memprediksi *Behavioral Intentions* pengguna Shopee di kalangan mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, UIN Ar-Raniry”

Dalam proses penyelesaian proposal skripsi, penulis banyak mengalami kesulitan atau kesukaran karena kurangnya pengalaman dan pengetahuan penulis, akan tetapi berkat ketekuan dan kesabaran penulis serta bantuan dari pihak lain, akhirnya penulisan proposal skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karenanya dengan penuh rasa hormat pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kekuatan, mengiringi setiap langkah, mendengar setiap doa dan memberikan solusi dengan penyelesaian terbaik. sehingga penelitian ini selesai.
2. Teruntuk diri sendiri yang telah mampu melawan rasa ketidakmampuan.

3. Kedua orang tua tercinta ibunda Ariani dan ayahanda Yuslem (alm) serta abang, kakak, didin dan seluruh keluarga besar yang telah menasehati penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.
4. Bapak Bustami M.Sc dan bapak Muhibuddin M.Ag yang telah banyak meluangkan waktu dan pikirannya untuk membimbing penulis hingga penelitian ini selesai dengan baik.
5. Bapak Yusran S.Pd., M.Pd selaku Ketua Prodi Pendidikan Teknologi Informasi, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Ar-Raniry Banda Aceh dan sekaligus Penasehat Akademik.
6. Seluruh dosen Prodi Pendidikan Teknologi Informasi yang telah banyak membantu dalam memberikan bekal ilmu kepada penulis, semoga ilmunya menjadi ilmu yang berkah dan bermanfaat.
7. Seluruh staff dan karyawan Prodi Pendidikan Teknologi Informasi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
8. Teman-teman PTI yang sama-sama dalam mengerjakan proposal skripsi, Miftah, Putri, Rina, Mai, Andula, Nurul, dan Mirna yang telah membantu dan menyelesaikan masalah hingga proposal skripsi ini sampai pada tahap selesai.
9. Terima kasih untuk uswa, kak moris, tete, nia, ros, new, tata, ika, rosa, meta dan teman-teman lainnya yang secara tidak langsung menyemangati penulis untuk menyelesaikan penelitian ini
10. Teman-teman se-Angkatan 2014 dan pihak lain yang telah banyak membantu penulisan dalam penyelesaian proposal skripsi ini.

Dalam penulisan proposal skripsi ini penulis telah berupaya semaksimal mungkin. Namun penulis menyadari bahwa penulisan proposal skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan ketidak sempurnaan. Oleh sebab itu, penulis

sangat mengharapkan saran dan kritikan yang bersifat konstruktif. Diharapkan penulisan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Banda Aceh, 5 Januari 2019

Penulis,

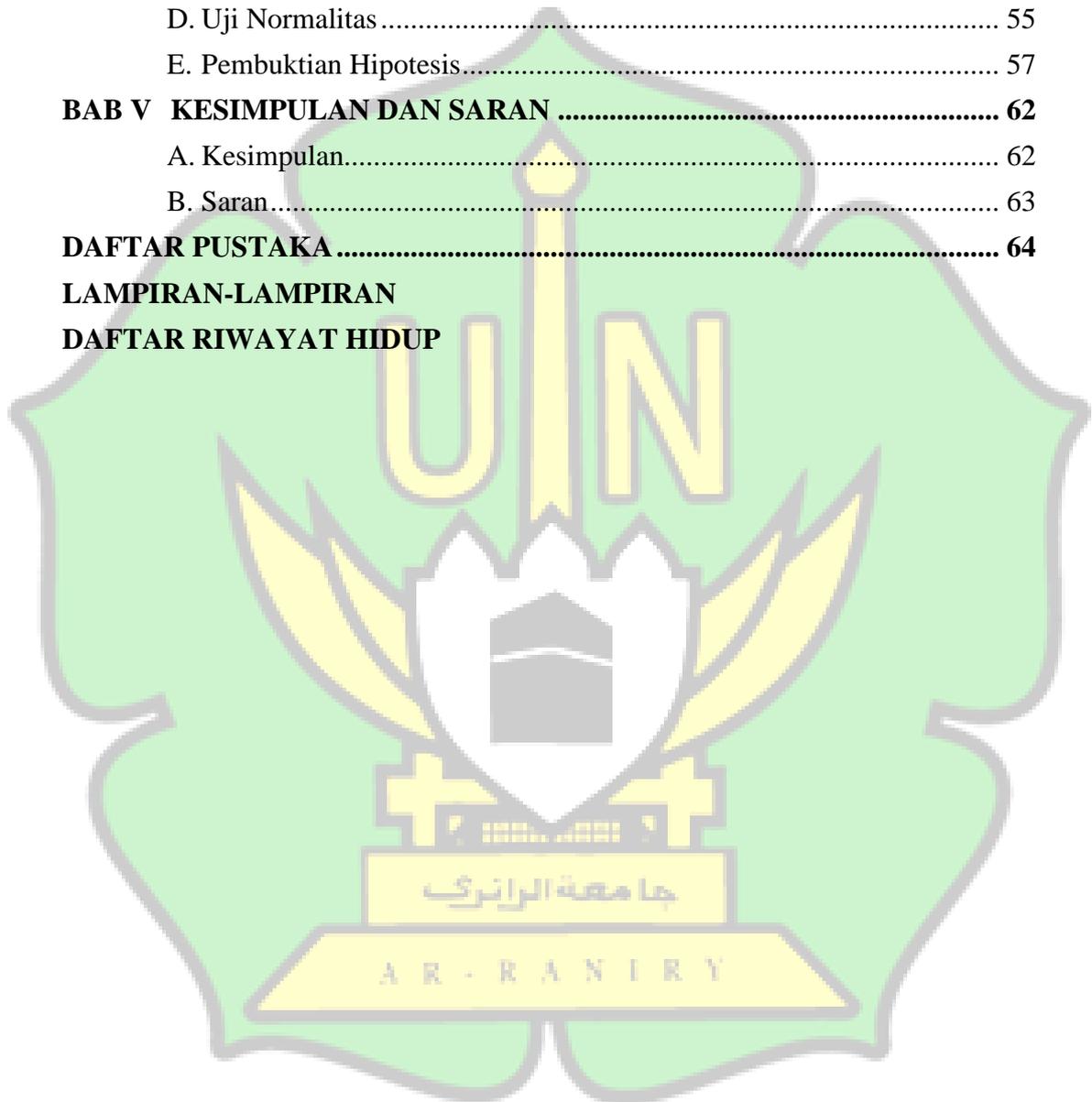
Hanifah Oktana Putri



DAFTAR ISI

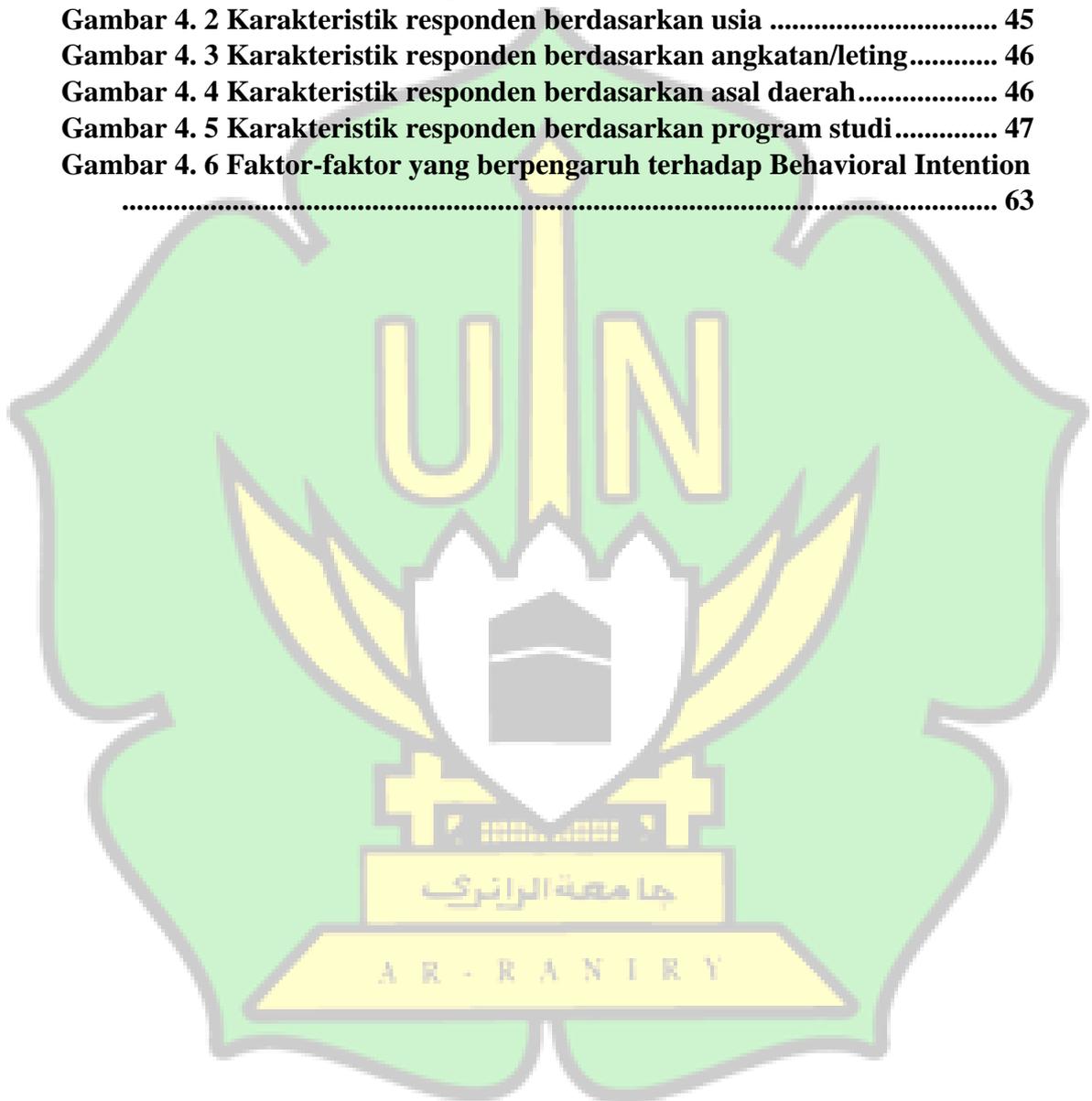
	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Batasan Masalah.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	7
F. Hipotesis Penelitian.....	8
G. Definisi Operasional.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	10
A. Internet	10
B. Web	10
C. E-Commerce.....	11
D. Shopee	11
E. Behavioral Intentions	13
F. Metode Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT).....	14
G. Analisa Regresi Berganda.....	19
BAB III METODE PENELITIAN	20
A. Metode.....	20
B. Jadwal Penelitian	20
C. Variable Penelitian	21
D. Rancangan Penelitian	23
E. Tempat Penelitian.....	24
F. Kisi-kisi Instrument.....	26
G. Teknik Pengumpulan data.....	32
H. Instrumen Pengumpulan Data	32
I. Teknik Prasyarat Analisis.....	35
J. Teknik Analisa Data.....	36

K. Analisa Korelasi dan Regresi dengan Metode Analisis Regresi Berganda.....	38
L. Pengujian Hipotesis.....	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
A. Karakteristik Responden	44
B. Pengujian Instrumen.....	48
C. Deskripsi Variabel Penelitian.....	51
D. Uji Normalitas	55
E. Pembuktian Hipotesis.....	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	62
A. Kesimpulan.....	62
B. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Variabel Penelitian	22
Gambar 3. 2 Rancangan Penelitian Penelitian.....	23
Gambar 3. 4 Variabel X terhadap Y	36
Gambar 4. 1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	44
Gambar 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan usia	45
Gambar 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan angkatan/leting.....	46
Gambar 4. 4 Karakteristik responden berdasarkan asal daerah.....	46
Gambar 4. 5 Karakteristik responden berdasarkan program studi.....	47
Gambar 4. 6 Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap Behavioral Intention	63



DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1** : Surat Keputusan Dekan Tentang Pembimbing Skripsi Mahasiswa Dari Dekan
- LAMPIRAN 2** : Surat Permohonan Izin Mengadakan Penelitian Dari Dekan
- LAMPIRAN 3** : Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian Dari Dekan
- LAMPIRAN 4** : Kuisioner
- LAMPIRAN 5** : Hasil Pencarian Karakteristik Responden Pada Angket di SPSS 22
- LAMPIRAN 6** : Hasil Pencarian Tanggapan Responden Pada Angket di SPSS 22
- LAMPIRAN 7** : Hasil Pencarian Uji Validitas Pada Angket di SPSS 22
- LAMPIRAN 8** : Hasil Pencarian Uji Realibilitas Pada Angket di SPSS 22
- LAMPIRAN 9** : Hasil Pencarian Uji Normalitas Pada Angket di SPSS 22
- LAMPIRAN 10** : Hasil Pencarian Uji Hipotesis Pada Angket di SPSS 22
- LAMPIRAN 11** : Dokumentasi Penelitian
- LAMPIRAN 12** : Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Penggabungan antara teknologi komputer dengan telekomunikasi telah menghasilkan suatu revolusi di bidang sistem informasi yaitu internet. Internet adalah jaringan atau sistem pada jaringan komputer yang saling berhubungan (terhubung) dengan menggunakan sistem *global transmission control protocol/internet protocol suite (TCP/IP)* sebagai protocol pertukaran paket (*packet switching communication protocol*) untuk melayani pengguna diseluruh dunia.¹

Internet pada dasarnya adalah media yang digunakan untuk mengefesiensikan proses pencarian informasi. Internet sangat digandrungi oleh berbagai pihak disebabkan kemudahan yang ditawarkan. Pada tahun 2018, Indonesia sendiri menduduki peringkat ke enam terbesar pengguna internet diseluruh dunia mencapai 123 juta pengguna berdasarkan survei emarketer.com. Tanpa mengenal batas, pengguna dapat mengakses apa saja dengan biaya yang cukup terjangkau dan tidak tergantung pada tempat dan waktu.

Kemajuan akan penggunaan internet ini telah merambah di berbagai bidang dan sektor kehidupan, baik lingkungan sosial, sekolah, rumah tangga dan dunia kerja, namun juga masuk ke sektor perdagangan². Hal ini menjadi sarana ampuh bagi para produsen, pemasar, dan pelaku usaha lain yang berkepentingan terhadap industri jasa dan layanan membuat inovasi baru untuk masyarakat

¹ Anhar, *Panduan bijak belajar internet untuk anak*, (adamssein media, 2016) hlm.6.

² Lily Purwianti dan Karen Tio, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi behavioural intention*, (Universitar Internasional Batam, 2017) hlm. 15

dengan menawarkan sejumlah kemudahan. Ditambah dengan pembeli digital Indonesia diperkirakan mencapai 31,6 juta pembeli pada tahun 2018, angka ini meningkat dari tahun 2017 yang diperkirakan hanya mencapai 28,1 juta pembeli. Dan diproyeksikan akan meningkat menjadi 43,9 juta pembeli pada tahun 2022 dengan penetrasi 15,7% dari jumlah penduduk Indonesia.³ Maka hadir sebutan *e-commerce* yang menjadi tren baru dikalangan masyarakat Indonesia.

Peran *e-commerce* sangat penting untuk meningkatkan perekonomian seseorang seiring dengan meningkatnya penggunaan teknologi internet dan smartphone. Perkembangannya sangat memudahkan umat manusia sekarang ini dengan berdiam diri di tempat atau rumah, kita dapat melakukan apapun ke seluruh dunia tanpa perlu mendatangi tempat-tempat tersebut. Membeli barang dan item tertentu yang diindonesia tidak tersedia atau belum tersedia itu bukan menjadi halangan besar lagi. Perkembangan transaksi online tidak hanya terbatas oleh suatu wilayah geografis tapi dapat menyentuh sampai ke pelosok daerah suatu negara.⁴

Menurut Nugroho (2006, h. 1) “*Electronic Commerce (e-commerce)* merupakan konsep baru yang biasa digambarkan sebagai proses jual beli barang atau jasa pada *World Wide Web* Internet atau proses jual beli atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan informasi termasuk internet.” Survei terbaru lembaga riset Snapcart di Januari 2018 mengungkapkan bahwa generasi millennial menjadi pembelanja terbanyak di bidang *e-commerce* yakni sebanyak 50

³ Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/03/27/berapa-pembeli-digital-indonesia>, Tgl 03 agustus 2018, 08.37

⁴ Mochamad Malik Akbar Rohandi, *Effectiveness C2C E-Commerce Media In Bandung (Case study at Tokopedia.com and Bukalapak.com)*, (Universitas Islam Bandung, 2017) hlm.178

persen (25-34 tahun). Mayoritas konsumen belanja online berdasarkan gender adalah wanita dengan jumlah mencapai 65 persen. Jika digabung dengan generasi Z (15-24 tahun) maka jumlah pembelanja dari generasi muda mencapai sekitar 80 persen. "Jadi anak-anak muda usia 15-34 tahun mendominasi 80 persen daripada penggunaan *e-commerce*," papar Business Development Director Snapcart Asia Pasifik Felix Sugianto di Kantor Snapcart.⁵

Berdasarkan data yang diperoleh menunjukkan bahwa mahasiswa mendominasi penggunaan *e-commerce*, dilihat dari penggunaan internet berdasarkan wilayah, Pulau Sumatra menduduki peringkat ke dua terbanyak pengguna internet. Aceh merupakan salah satu provinsi yang ada di pulau sumatra dengan jumlah penduduk mencapai 6 juta jiwa. Aceh memiliki beberapa universitas negeri dan swasta, salah satunya adalah Universitas Islam Negeri Ar-Raniry (UIN) dengan jumlah mahasiswa kurang lebih 23 ribu mahasiswa.

Bedasarkan jumlah mahasiswa tersebut mayoritasnya memiliki Smartphone, sehingga internet bukan lagi hal asing dalam lingkungan sehari-hari. Aktivitas lain yang dilakoni mahasiswa selain mengakses informasi, membaca berita, berkomunikasi, sosial media juga ada yang disebut *e-commerce* yaitu kegiatan belanja secara online yang memudahkan mahasiswa untuk memenuhi kebutuhannya, diantara lain adalah Shopee, Tokopedia, lazada, bukalapak, blibli, JD Id dan masih banyak lainnya. Pada Playstore (toko aplikasi di Android), Shopee menjadi aplikasi belanja paling populer dengan menduduki peringkat No.

⁵ Diakses dari, <https://lifestyle.kompas.com/read/2018/03/22/155001820/80-persen-konsumen-belanja-online-orang-muda-dan-wanita>, Tgl 03 agustus 2018, jam 09.27

1 disusul dengan lazada, bukalapak dan Tokopedia dengan rata-rata unduhan 10 juta download.

Bicara tentang *e-commerce* berat kaitannya dengan jasa dan pasti tak lepas dari pelayanan yang diberikan dari pihak penyedia jasa terhadap konsumennya. Kualitas pelayanan jasa yang diberikan pada setiap konsumen dengan latar budaya yang cenderung berbeda karena mereka datang dari kelompok sosial, etnis, dan agama yang berbeda akan berpengaruh pada *behavioral intentions* (keinginan berperilaku) dari konsumen tersebut. *Behavioral Intentions* inilah yang akan menjelaskan apakah mereka akan memberikan penilaian positif atau negatif terhadap pelayanan yang diberikan kepada sesama konsumen.

Pemahaman terhadap perilaku konsumen akan memudahkan manajemen dalam upaya untuk mengembangkan produk atau jasanya sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen. Keinginan berperilaku konsumen seringkali didasarkan pada kemungkinan tindakan yang akan dilakukan. Niat berperilaku (*behavior intentions*) didefinisikan sebagai suatu keinginan konsumen untuk berperilaku menurut cara tertentu dalam rangka memiliki, membuang, dan menggunakan produk atau jasa. Jadi konsumen dapat membentuk keinginan untuk mencari informasi, memberitahukan orang lain tentang pengalamannya dengan sebuah produk, membeli sebuah produk atau jasa tertentu, atau membuang produk dengan cara tertentu.⁶

⁶ Gaby Rodorea Agrippina, *Behavior Intention Konsumen dalam Menilai Kualitas Pelayanan Jasa Perawatan Diri*, (Universitas Lampung, 2016) hlm.3

Tingkat penerimaan pengguna terhadap sistem informasi *e-commerce* dapat diukur dengan salah satu pendekatan teori yang dapat menggambarkan tingkat penerimaan dan penggunaan terhadap suatu teknologi yaitu *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). Melalui UTAUT, dapat dipahami bahwa reaksi dan persepsi pengguna terhadap teknologi dapat mempengaruhi sikapnya dalam penerimaan penggunaan teknologi.

UTAUT adalah sebuah model berbasis teori yang dikembangkan oleh Vakantesh, et al. pada tahun 2003. Model ini menggambarkan faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan individu terhadap Teknologi Informasi (TI). UTAUT dikembangkan melalui pengkajian yang dilakukan terhadap delapan model/teori penerimaan/adopsi teknologi yang banyak digunakan dalam penelitian Sistem Informasi sebelumnya. UTAUT memiliki empat konstruk utama yang langsung berpengaruh terhadap penerimaan pemakai dan perilaku pemakai. Keempat konstruk ini adalah : Ekspektansi kinerja (*performance expectancy*), Ekspektansi usaha (*effort expectancy*), Pengaruh sosial (*social influence*), Kondisi pemfasilitasi (*facilitating conditions*).⁷

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik melakukan penelitian mengenai “*Penerapan Metode Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) dalam memprediksi Behavioral Intentions pengguna shopee di kalangan Mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Keguruan di UIN Ar-Raniry*”

⁷ Muhammad bakhtiar rivai, *Penerapan model the unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT) untuk memahami tingkat penerimaan dan penggunaan e-learning (Be smart) di Fakultas teknik Universitas Negeri Yogyakarta*, (Universitas Negeri Yogyakarta, 2014) hlm 4

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh Ekspektansi kinerja (*performance expectancy*), terhadap *Behavioral intentions* mahasiswa Fakultas Tarbiyah dalam menggunakan *e-commerce* Shopee ?
2. Bagaimana pengaruh Ekspektansi usaha (*effort expectancy*), terhadap *Behavioral intentions* mahasiswa Fakultas Tarbiyah dalam menggunakan *e-commerce* Shopee ?
3. Bagaimana pengaruh sosial (*social influence*), terhadap *Behavioral intentions* mahasiswa Fakultas Tarbiyah dalam menggunakan *e-commerce* Shopee ?
4. Bagaimana pengaruh Kondisi pemfasilitasi (*facilitating conditions*) terhadap *Behavioral intentions* mahasiswa Fakultas Tarbiyah dalam menggunakan *e-commerce* Shopee ?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui Bagaimana pengaruh Ekspektansi kinerja (*performance expectancy*), terhadap *Behavioral intentions* mahasiswa Fakultas Tarbiyah dalam menggunakan *e-commerce* Shopee ?
2. Mengetahui Bagaimana pengaruh Ekspektansi usaha (*effort expectancy*), terhadap *Behavioral intentions* mahasiswa Fakultas Tarbiyah dalam menggunakan *e-commerce* Shopee ?

3. Mengetahui Bagaimana pengaruh sosial (*social influence*), terhadap *Behavioral intentions* mahasiswa Fakultas Tarbiyah dalam menggunakan *e-commerce* Shopee ?
4. Mengetahui Bagaimana pengaruh Kondisi pemfasilitasi (*facilitating conditions*) terhadap *Behavioral intentions* mahasiswa Fakultas Tarbiyah dalam menggunakan *e-commerce* Shopee ?

D. Batasan Masalah

1. Penelitian ini meneliti mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *Behavioral Intentions* terhadap *e-commerce* yaitu Shopee.
2. Penelitian ini dikhususkan kepada mahasiswa Fakultas Tarbiyah Keguruan.
3. Permasalahan penelitian ini akan dianalisis dengan pendekatan model UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*).

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan penjabaran di atas maka dapat disimpulkan manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mahasiswa

Pelaksanaan penelitian ini dapat memberikan pengalaman tersendiri kepada mahasiswa dan juga pengetahuan baru tentang *e-commerce* dan faktor-faktor yang mempengaruhi *behavioral intentions* seseorang dalam mendorong penggunaan aplikasi *e-commerce* tersebut atau biasa diistilahkan dengan *mobile marketplace/ mobile app*.

2. Penulis

Agar penulis dapat belajar sekaligus menerapkan dan mengimplementasi semua ilmu yang telah dipelajari, sekaligus juga menjadi tolok ukur kepada penulis untuk mengetahui bagaimana dunia diluar ruang belajar, karena pada dasar bukan hanya banyak ilmu yang penting, tapi lebih dari itu adalah bagaimana menerapkannya ke dalam masyarakat.

F. Hipotesis Penelitian

Ekspektansi kinerja (*performance expectancy*), Ekspektansi usaha (*effort expectancy*), Pengaruh sosial (*social influence*), dan Kondisi pemfasilitasi (*facilitating conditions*) sangat berpengaruh terhadap *behavioral intentions* mahasiswa FTK (Fakultas Tarbiyah dan Keguruan) dalam menggunakan *e-commerce* Shopee.

G. Definisi Operasional

Pada sub bab ini, penulis akan menjelaskan beberapa istilah atau kata yang terdapat pada judul skripsi ini guna untuk tidak terjadi kesalah pahaman dalam memahami, mencegah terjadinya kerancuan makna. Proposal skripsi ini mengenai: “*Penerapan Metode Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) dalam memprediksi Behavioral Intentions pengguna shopee dikalangan Mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Keguruan di UIN Ar-Raniry*” Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

1. E-commerce

E-commerce atau elektronik commerce merupakan bentuk perdagangan barang dan informasi melalui jaringan internet yang melibatkan penjual dan pembeli melalui perangkat *mobile*, komputer, email, dan lainnya yang terhubung dalam jaringan internet.⁸

2. Behavioral Intentions

Behavioural intentions adalah tingkah laku dari konsumen yang setia atau loyal terhadap perusahaan tersebut sehingga bersedia merekomendasikan kepada orang lain karena telah mendapatkan layanan yang baik dari perusahaan.⁹

3. UTAUT

UTAUT merupakan sebuah model berbasis teori yang dikembangkan oleh Vankatesh, et al. pada tahun 2003. Model ini menggambarkan berbagai faktor yang mempengaruhi penerimaan individu terhadap suatu teknologi informasi (TI).¹⁰

⁸ Andi nurul Muchlisa, Rancang bangun aplikasi e-commerce berbasis web service, (Fakultas sains dan teknologi jurusan teknik informatika Universitas islam negeri alauddin Makasar, 2016) hlm 40

⁹ Lily Purwianti dan karen tio, *faktor-faktor yang mempengaruhi behavioural intention*, (Universitar Internasional Batam, 2017) hlm. 17

¹⁰ Muhammad Bakhtiar Rivai, *Penerapan model the unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT) untuk memahami tingkat penerimaan dan penggunaan e-learning (BE SMART) di Fakultas teknik Universitas Negeri Yogyakarta*, (Fakultas teknik program studi pendidikan teknik informatika universitas Yogyakarta, 2014) hlm. 12

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Internet

Internet merupakan singkatan dari dua kata dalam bahasa Inggris, yaitu *internasional work* (penghubung jaringan). Istilah internet berasal dari bahasa Latin *inter* yang berarti jaringan antara atau penghubung. Jadi, definisi internet adalah hubungan antar berbagai jenis komputer dan jaringan di dunia yang berbeda sistem operasi maupun aplikasinya, dimana hubungan tersebut memanfaatkan kemajuan media komunikasi yang menggunakan protokol standar yang berupa IP (*interconnected protocol*)¹⁹.

B. Web

WWW atau *World Wide Web* maupun *Web* saja adalah sebuah sistem yang saling terkait dalam sebuah dokumen berformat *hypertext* yang berisi beragam informasi, baik tulisan, gambar, suara, video, dan informasi multimedia lainnya dan dapat diakses melalui sebuah perangkat yang disebut web browser.

Untuk menterjemahkan dokumen *hypertext* kedalam bentuk dokumen yang dapat dipahami oleh manusia, maka web browser melalui web client akan membaca halaman web yang tersimpan di sebuah web server melalui protokol yang sering disebut HTTP atau *Hypertext Transfer Protocol*. Perangkat lunak web

¹⁹ Bima suhardiman, *pemanfaatan internet dalam meningkatkan pengetahuan guru di SMA Muhammadiyah 1 Tangerang*, (Fakultas ilmu dakwah dan ilmu komunikasi jurusan komunikasi dan penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011) hlm 15

browser saat ini tersedia dalam berbagai produk dengan kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Beberapa web browser yang paling terkenal saat ini adalah *Mozilla Firefox*, *Internet Explorer*, *Opera*, *Google Chrome*, *Safari* dan lain sebagainya.²⁰

C. E-Commerce

E-commerce atau *elektronik commerce* merupakan bentuk perdagangan barang dan informasi melalui jaringan internet yang melibatkan penjual dan pembeli melalui perangkat mobile, komputer, email, dan lainnya yang terhubung dalam jaringan internet. Dari definisi *e-commerce* dapat diketahui manfaat *e-commerce* yaitu membantu pengguna komputer, baik pelaku bisnis (pedagang, distributor, produsen) maupun konsumen akhir, didalam melakukan jual beli barang dan jasa serta transaksi secara cepat dan mudah mudah berbasis internet. Kegiatan transaksi dapat langsung terjadi antar pengguna dan pembeli, tanpa perlu adanya kontak fisik dan tatap muka langsung.²¹

D. Shopee

Shopee adalah *E-commerce* (jual beli online) berbasis aplikasi mobile, yang sedang berkembang di Indonesia. Sebagai aplikasi *mobile platform* terbesar

²⁰ Irwan Nugroho, *Sistem informasi penerimaan siswa baru berbasis web dengan php dan sql*, (Fakultas teknik program studi pendidikan teknik informatika Universitas negeri Yogyakarta, 2011) hlm 10

²¹ Andi nurul Muchlisa, *Rancang bangun aplikasi e-commerce berbasis web service*, (Fakultas sains dan teknologi jurusan teknik informatika Universitas islam negeri alauddin Makasar, 2016) hlm 40

di Indonesia, Shopee memberikan tawaran jual beli online yang menyenangkan, gratis dan terpercaya via ponsel.

Dengan aplikasi Shopee bisa mendaftarkan produk jualan dan berbelanja berbagai penawaran menarik dengan harga termurah dan gratis ongkir ke seluruh Indonesia. Dengan aplikasi Shopee, kita bisa menjual berbagai produk, membeli berbagai produk, belanja aman dengan garansi Shopee, mengetahui rekomendasi produk, mengembangkan bisnis dan membagikan kebahagiaan.²²

Shopee dibesut oleh Garena yang berasal dari Singapura, perusahaan yang dikenal sebagai publisher game Point Blank di Indonesia. Tak hanya Indonesia, *market place* ini juga dibuka di enam negara sekaligus, yakni Singapura, Malaysia, Thailand, Vietnam dan Filipina dan Indonesia.²³

Shopee sendiri telah diluncurkan secara terbatas pada awal 2015 di kawasan Asia Tenggara, termasuk Singapura, Malaysia, Thailand, Vietnam, Filipina dan Taiwan. *Platform* ini

menawarkan berbagai macam produk, dilengkapi dengan metode pembayaran yang aman, layanan pengiriman yang terintegrasi dan fitur sosial yang inovatif untuk menjadikan jual beli menjadi lebih menyenangkan, aman, dan praktis.²⁴

²² Widya Sastika, *Analisis kualitas layanan dengan menggunakan e-service quality untuk mengetahui kepuasan pelanggan belanja online Shopee*, (jurusan D3 manajemen Fakultas Ilmu Terapan Universitas Telkom, 2018) hlm vol.2 No.2

²³ Diakses dari <https://inet.detik.com/business/d-3054826/misi-Shopee-di-e-commerce-ke-indonesia-lalu-kuasai-asia> Tgl 04 agustus 2018, jam 15.41

²⁴ Diakses dari <https://www.liputan6.com/teknoread/2379136/Shopee-aplikasi-belanja-online-c2c-meluncur-di-indonesia> Tgl 04 agustus 2018, jam 15.30

E. Behavioral Intentions

Menurut Namkung dan Jang (2007) *behavioural intentions* adalah tingkah laku dari konsumen yang setia atau *loyal* terhadap perusahaan tersebut sehingga bersedia merekomendasikan kepada orang lain karena telah mendapatkan layanan yang baik dari perusahaan.

Kotler (2014) *behavioural intentions* adalah kondisi dimana pelanggan memiliki intensi atau sikap *loyal* pada *brand*, *product* dan *company* dan secara rela menceritakan keunggulannya kepada pihak lain.

Dharmmesta (2008) mendefinisikan bahwa *behavioral intentions* merupakan suatu perilaku atau sikap konsumen yang memiliki keinginan untuk menggunakan jasa secara terus menerus.

Saha dan Theingi (2009) mendefinisikan *behavioural intentions* sebagai kemungkinan pelanggan untuk melakukan suatu perilaku tertentu misalnya *word-of-mouth* yang positif tentang suatu penyedia jasa kepada orang lain, memiliki niat membeli ulang dan kesetiaan terhadap penyedia jasa.

Dari beberapa pendapat tentang *behavioural intentions* maka dapat disimpulkan bahwa variabel *behavioural intentions* merupakan tujuan akhir. Apabila suatu produk mempunyai *behavioural intentions* yang menguntungkan maka perusahaan tersebut akan dapat bertahan dan memenangkan persaingan. Salah satu dari *behavioural intentions* yang menguntungkan adalah adanya sikap positif tentang suatu produk atau penyedia jasa. Sikap positif ini dapat berupa *word of mouth* yang positif.

Word of mouth ini merupakan promosi yang berbiaya murah dan mempunyai efek yang luar biasa terhadap kelangsungan hidup perusahaan. Apabila seorang konsumen menyebarkan berita bagus kepada orang lain atau teman –teman nya maka akan mendorong terjadinya pembelian. *Behavioural intentions* yang positif juga mempunyai manfaat yang banyak perusahaan. Salah satunya adalah konsumen menjadi *loyal* terhadap produk atau jasa yang digunakan. *Loyalitas* merupakan hal yang menjadi tujuan dari perusahaan akan produk atau jasa. Banyak sekali perusahaan menggunakan segala cara agar konsumen menjadi loyal terhadap brand atau produk mereka.²⁵

F. Metode Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)

Model UTAUT merupakan sebuah model berbasis teori yang dikembangkan oleh Vankatesh, et al. pada tahun 2003. Model ini menggambarkan berbagai faktor yang mempengaruhi penerimaan individu terhadap suatu teknologi informasi (TI). UTAUT dikembangkan melalui pengkajian delapan model teori penerimaan/adopsi teknologi yang banyak digunakan dalam penelitian TI sebelumnya, adapun teori-teori nya adalah sebagai berikut :

1. Teori tindakan beralasan (*theory of reasoned action* atau TRA)
2. Model penerimaan teknologi (*technology acceptance model* atau TAM)
3. Model motivasi (*motivational model* atau MM)
4. Teori perilaku rencana (*theory of planned behavior* atau TPB)

²⁵ Lily Purwianti dan karen tjo, *faktor-faktor yang mempengaruhi behavioural intention*, (Universitar Internasional Batam, 2017) hlm. 17

5. Model gabungan TAM dan TPB (*a model combining the technology acceptance model and the theory of planned behavior* atau TAM+TPB)
6. Model pemanfaatan PC (*model of PC utilization* atau MPCU)
7. Teori difusi inovasi (*innovation diffusion theory* atau IDT)
8. Teori kognitif sosial (*social cognitive theory* atau SCT)

Vankatesh kemudian menggunakan teori-teori yang sudah ada sebelumnya ini untuk mengembangkan sebuah model gabungan baru yang terintegrasi. Model gabungan (*unified model*) ini kemudian mereka sebut dengan nama teori gabungan penerimaan dan penggunaan teknologi (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) atau disebut dengan singkatannya yaitu UTAUT. Ada tujuh konstruk yang selalu signifikan menjadi pengaruh-pengaruh langsung terhadap niat (*intentions*) atau terhadap pemakaian (*usage*) satu atau lebih model-model adopsi pembentuk UTAUT. Dari ketujuh konstruk, hanya empat konstruk utama yang dianggap mempunyai peran penting dalam pengaruh-pengaruh langsung terhadap penerimaan pemakai dan perilaku pemakaian. Keempat konstruk ini adalah, Ekspektansi kinerja (*performance expectancy*), ekspektansi usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), dan kondisi-kondisi pemfasilitasi (*facilitating condition*). Berikut adalah penjelasan dari masing-masing konstruk²⁶ :

²⁶ Muhammad Bakhtiar Rivai, *Penerapan model the unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT) untuk memahami tingkat penerimaan dan penggunaan e-learning (BE SMART) di Fakultas teknik Universitas Negeri Yogyakarta*, (Fakultas teknik program studi pendidikan teknik informatika universitas Yogyakarta, 2014) hlm. 12

1. *Performance Expectancy* (Ekspektansi Kinerja)

Venkatesh, et al. (2003) mendefinisikan *Performance expectancy* (Ekspektasi Kinerja) sebagai tingkat dimana seseorang mempercayai dengan menggunakan sistem tersebut akan membantu orang tersebut untuk memperoleh keuntungan-keuntungan kinerja pada pekerjaan. Dalam konsep ini terdapat gabungan variabel-variabel yang diperoleh dari model penelitian sebelumnya tentang model penerimaan dan penggunaan teknologi.

2. *Effort Expectancy* (Ekspektasi Usaha)

Effort Expectancy (Ekspektasi Usaha) merupakan tingkat kemudahan penggunaan sistem yang akan dapat mengurangi upaya (tenaga dan waktu) individu dalam melakukan pekerjaannya. Variabel tersebut diformulasikan berdasarkan 3 konstruk pada model atau teori sebelumnya yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*perceived easy of use-PEOU*) dari model TAM, kompleksitas dari *model of PC utilization* (MPCU), dan kemudahan penggunaan dari teori difusi inovasi (IDT) (Venkatesh, et al. 2003). Davis, et al. (1989) mengidentifikasi bahwa kemudahan pemakaian mempunyai pengaruh terhadap penggunaan teknologi informasi. Venkatesh dan Davis (2000) mengatakan bahwa Kemudahan penggunaan teknologi informasi akan menimbulkan perasaan dalam diri seseorang bahwa sistem itu mempunyai kegunaan dan karenanya menimbulkan rasa yang nyaman bila bekerja dengan menggunakannya.

Kompleksitas yang dapat membentuk konstruk ekspektasi usaha didefinisikan oleh Rogers dan Shoemaker dalam Venkatesh, et al. (2003) adalah tingkat dimana inovasi dipersepsikan sebagai sesuatu yang relatif sulit untuk diartikan dan digunakan oleh individu. Thompson, et al. (1991) menemukan adanya hubungan yang negatif antara kompleksitas dan pemanfaatan teknologi informasi. Davis (1989) memberikan beberapa indikator kemudahan penggunaan teknologi informasi, yaitu: TI sangat mudah dipahami, TI mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh penggunanya, keterampilan pengguna akan bertambah dengan menggunakan TI, dan TI tersebut sangat mudah untuk dioperasikan. Dari beberapa penjelasan yang telah disampaikan di atas, pengguna teknologi informasi mempercayai bahwa teknologi informasi yang lebih fleksibel, mudah dipahami dan mudah dalam hal pengoperasiannya akan menimbulkan minat dalam menggunakan teknologi informasi tersebut dan seterusnya akan menggunakan teknologi informasi tersebut.

3. *Social Influence* (Pengaruh sosial)

Social Influence (Pengaruh sosial) didefinisikan sebagai sejauh mana seorang individual mempersepsikan kepentingan yang dipercaya oleh orang orang lain yang akan mempengaruhinya menggunakan sistem yang baru. Pengaruh sosial merupakan faktor penentu terhadap tujuan perilaku dalam menggunakan teknologi informasi yang direpresentasikan sebagai norma subyektif dalam TRA, TAM, TPB, faktor sosial dalam MPCU, serta citra dalam teori difusi inovasi (IDT). (Venkatesh, et al., 2003). Moore dan Benbasat (1991) menyatakan bahwa pada lingkungan tertentu, penggunaan teknologi informasi akan meningkatkan

status (*image*) seseorang di dalam sistem sosial. Menurut Venkatesh dan Davis (2000), pengaruh sosial mempunyai dampak pada perilaku individual melalui tiga mekanisme yaitu ketaatan (*compliance*), internalisasi (*internalization*), dan identifikasi (*identification*). Dapat disimpulkan bahwa semakin banyak pengaruh yang diberikan sebuah lingkungan terhadap calon pengguna teknologi informasi untuk menggunakan suatu teknologi informasi yang baru maka semakin besar minat yang timbul dari personal calon pengguna tersebut dalam menggunakan teknologi informasi tersebut karena pengaruh yang kuat dari lingkungan sekitarnya.

4. *Facilitating Condition* (Kondisi-kondisi Pemfasilitasi)

Facilitating Condition (Kondisi-kondisi Pemfasilitasi) didefinisikan sebagai sejauh mana seorang percaya bahwa infrastruktur organisasional dan teknikal tersedia untuk mendukung sistem. Dalam konsep ini terdapat gabungan variabel variabel yang diperoleh dari model penelitian sebelumnya tentang model penerimaan dan penggunaan teknologi. Adapun variabel tersebut adalah:

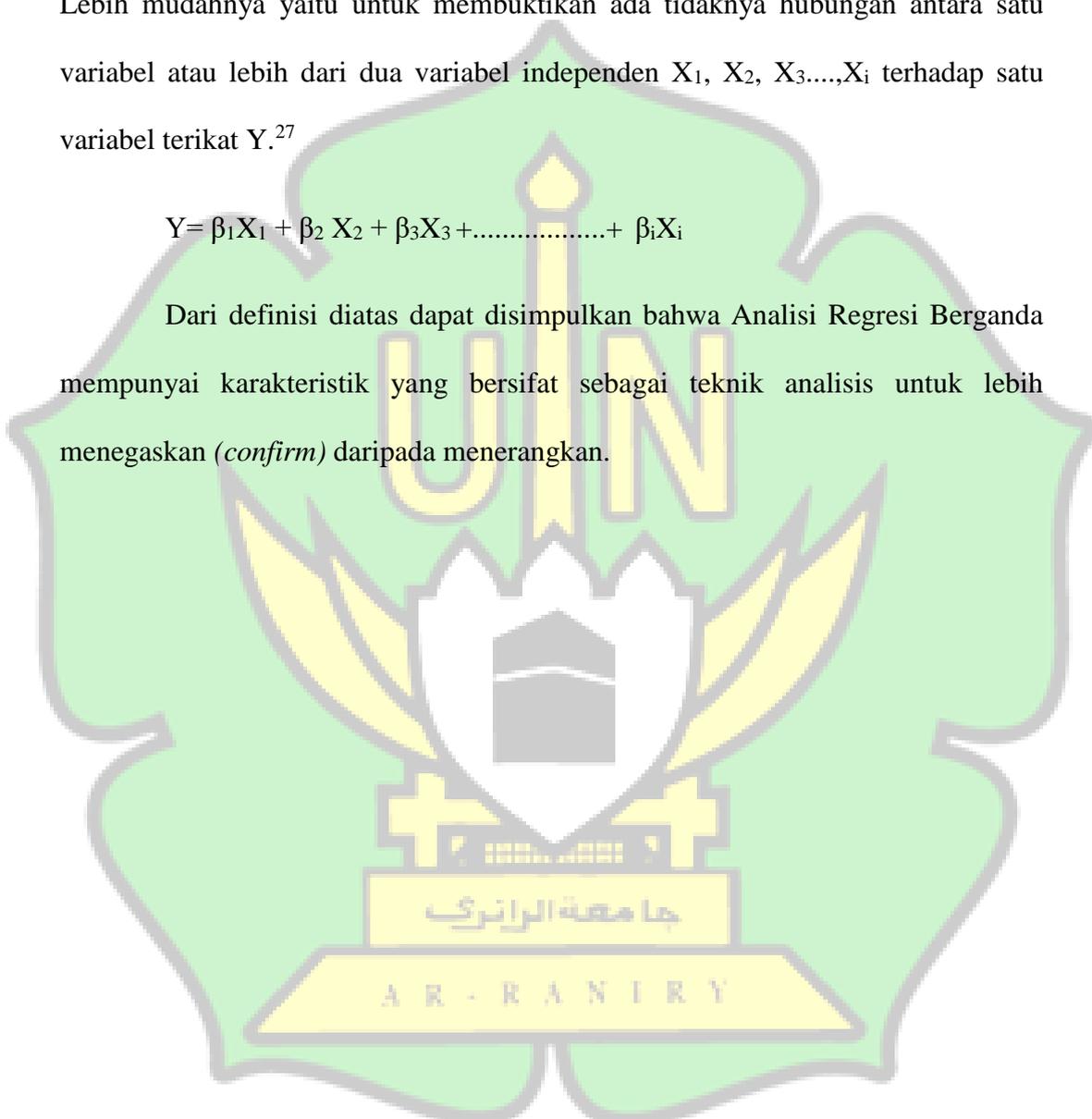
- a. Kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*) (Ajzen, 1991)
- b. Kondisi-kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*) (Thomson et al., 1991)
- c. Kompatibilitas (*compatibility*) (Moore and Benbasat, 1991).

G. Analisa Regresi Berganda

Analisis regresi berganda adalah suatu metode untuk meramalkan nilai pengaruh dua variabel independen atau lebih terhadap satu variabel dependen. Lebih mudahnya yaitu untuk membuktikan ada tidaknya hubungan antara satu variabel atau lebih dari dua variabel independen $X_1, X_2, X_3, \dots, X_i$ terhadap satu variabel terikat Y .²⁷

$$Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_i X_i$$

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa Analisa Regresi Berganda mempunyai karakteristik yang bersifat sebagai teknik analisis untuk lebih menegaskan (*confirm*) daripada menerangkan.



²⁷ repository.unimus.ac.id

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang didasarkan atas perhitungan yang menggunakan angka mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dan hasilnya.²⁰

Metode kuantitatif yang digunakan akan meneliti populasi atau sampel secara umum dan berdasarkan realitas. Yaitu memprediksi *Behavioral Intentions* pengguna shopee dikalangan Mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Keguruan di UIN Ar-Raniry.

B. Jadwal Penelitian

Tabel 3.1. Jadwal Penelitian

No.	Kegiatan	Tahun 2018 - 2019																															
		Juli				Agustus				September				Oktober				November				Desember				Januari				Februari			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	3	4		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1	Menyusun Proposal	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■																					
2	Seminar Proposal												■																				
3	Revisi Proposal												■	■																			
4	Observasi lapangan												■																				
5	Pengumpulan data													■	■																		
6	Pengolahan data														■	■	■																
7	Analisis																■	■	■														
8	Penarikan Kesimpulan																	■	■														
9	Sidang Skripsi																			■	■												
10	Revisi Proposal																				■	■											
11	Pelaporan dan Publikasi																										■	■					

²⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. (Jakarta : Rineka Cipta, 2006) cet 3. H.12

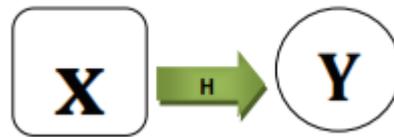
Pelaksanaan penelitian ini direncanakan berlangsung selama 7 bulan, yaitu pada bulan Juli 2018 sampai dengan bulan Januari 2019. Dapat dilihat pada tabel 3.1.

C. Variable Penelitian

Variabel merupakan obyek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian dari penelitian. Dalam buku yang dituliskan oleh Sugiyono²¹, variabel bebas (*independent*) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (*dependent*). Sedangkan variabel terikat (*dependent*) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (*independent*). Adapun Spesifikasi variabel adalah :

1. Variabel bebas (*independent*), dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah ekspektansi kinerja, ekspektansi usaha, pengaruh sosial dan kondisi pemfasilitasi .
2. Variabel terikat (*dependent*), adapun variabel terikat dalam penelitian ini adalah Behavioral Intentions. Hubungan kedua variabel dapat dilihat pada gambar 2.

²¹Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung : Alfabeta.2016) hal.61



Gambar 3.1. Variabel Penelitian

Keterangan :

X = Independen

Y = Dependen

H = Hipotesa

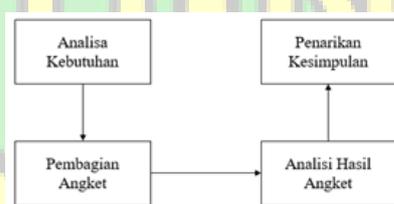
Penelitian ini menggunakan pendekatan UTAUT yang sudah diadaptasi sesuai dengan tujuan penelitian. Konstruk-konstruk UTAUT yang digunakan meliputi :

1. Variabel Eksogenus: Sebuah variabel yang diharapkan mempengaruhi variabel endogenus dalam beberapa cara (Zikmund *et al.*, 2013) yang menyebabkan perubahan variabel endogenus (Saunders *et al.*, 2015) baik secara positif atau negatif (Sekaran dan Bougie, 2013). Variabel eksogen atau *independent variable* yaitu ekspektansi kinerja (X_1), ekspektansi usaha (X_2), pengaruh sosial (X_3) dan kondisi pemfasilitasi (X_4).
2. Variabel Endogenus: Sebuah hasil proses atau variabel yang diprediksi dan/atau dijelaskan oleh variabel lain (Zikmund *et al.*, 2013) yang berubah dalam menanggapi perubahan variabel lainnya (Saunders *et al.* 2015) untuk memahami dan menjelaskan variabel tersebut atau untuk menjelaskan

variabilitas atau memprediksi hal itu (Sekaran dan Bougie, 2013). Variabel endogen atau *dependent variable* yang terdiri dari Behavioral Intentions (Y)²².

D. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian merupakan langkah-langkah proses dalam penelitian yang akan dilakukan. Rancangan penelitian juga meliputi proses perencanaan dan pelaksanaan penelitian. Berikut adalah langkah-langkah/rancangan pada penelitian ini:



Gambar 3.2. Rancangan Penelitian Penelitian

1. Analisis Kebutuhan

Menganalisis kebutuhan apa saja yang dibutuhkan pada saat melakukan penelitian.

2. Pembagian Angket

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan Angket

3. Analisis hasil Angket

Setelah angket dijawab, langkah berikutnya adalah melakukan analisis dari jawaban yang telah diberikan.

²² Ade celia novita. *Pengaruh Modal Psikologis Positif (harapan, optimisme, resiliensi) terhadap Kebahagiaan dan Kepuasan Kerja*. (Universitas syiah kuala : Banda Aceh, 2016). hlm 54

4. Penarikan Kesimpulan

Setelah tahap analisis selesai, selanjutnya adalah melakukan tahap penarikan kesimpulan, yaitu untuk mengetahui bagaimana *behavioral intentions* mahasiswa FTK UIN Ar-raniry dalam menggunakan *e-commerce* Shopee.

E. Tempat Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Ar-raniry yang terletak di Darussalam, Banda Aceh.

1. Populasi Dan Sampel

a. Populasi

Populasi pada penelitian ini adalah Mahasiswa FTK UIN Ar-Raniry yang berjumlah 8.157 mahasiswa.

b. Sampel

Berdasarkan jumlah populasi maka dilakukan penarikan sampel penelitian berdasarkan Rumus Slovin (Sevilla et al, 1993) yaitu :

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} \dots\dots\dots(1.1)$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel yang dibutuhkan

N = Ukuran populasi Mahasiswa FTK UIN Ar-Raniry

e = Margin error yang diperkenankan

Dengan populasi yang berjumlah 8.157 mahasiswa dan e adalah (tingkat ketelitian) 0,1 persen, maka dengan populasi diatas diperoleh sampel sebesar:

$$n = \frac{8.157}{1 + 8.157(0,1)^2}$$

$$n = \frac{8.157}{1 + 81,57}$$

$$n = \frac{8.157}{82,57}$$

$n = 98,78$ dibulatkan menjadi 100

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Jumlah Mahasiswa FTK UIN Ar-Raniry

e = Toleransi ketidakteelitian (error tolerance) 10 persen

Jadi jumlah responden dari perhitungan rumus 1.1 adalah 98,78 responden dan dibulatkan menjadi 100 responden. Semua responden ini diharapkan dapat mewakili semua populasi yang ada di Fakultas Tarbiyah dan Keguruan (FTK) dan diharapkan mampu menjawab permasalahan yang ada dalam penelitian ini.

2. Teknik sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel²³. Dalam penelitian ini menggunakan teknik *Quota sampling*. Dimana Teknik *kuota sampling* adalah pengambilan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah atau kuota yang diinginkan. Tujuan penarikan sampel kuota adalah untuk memperbaiki keterwakilan seluruh komponen dalam populasi.

²³Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Penerbit ALFABETA, 2016). Hlm. 118.

Maksud dari keterwakilan ini supaya seluruh karakteristik dalam populasi dapat terwakili dan tergambarkan dengan baik.²⁴

F. Kisi-kisi Instrument

Penelitian ini menggunakan pendekatan UTAUT yang sudah diadaptasi sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada model penelitian sebagai berikut :Indikator-indikator untuk mengukur masing-masing konstruk dalam UTAUT merupakan turunan dari konstruk-konstruk penelitian sebelumnya disajikan dalam Tabel 3 sampai dengan Tabel 6.²⁵

Tabel 3.2. Konstruk-konstruk akar dari Ekspektansi Kinerja (*Performance Expectancy*).

Konstruk	Definisi	Item-item
kegunaan persepsian (<i>Perceived Usefulness</i>) (Davis 1989; Davis et al., 1989)	seberapa jauh seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya	<p>menggunakan sistem dalam pekerjaan saya akan memungkinkan saya menyelesaikan tugas lebih cepat.</p> <p>Menggunakan sistem akan meningkatkan kinerja pekerjaan saya.</p> <p>Menggunakan sistem dalam pekerjaan saya akan meningkatkan produktivitas saya.</p> <p>Menggunakan sistem akan meningkatkan efektivitas saya dalam pekerjaan.</p>

²⁴ Suhardi dan Purwanto, *Statistik untuk ekonomi dan keuangan modern*, (Jakarta : Salemba empat, 2009). Hlm 16

²⁵ Muhammad Bakhtiar Rivai, *Penerapan model the unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT) untuk memahami tingkat penerimaan dan penggunaan e-learning (BE SMART) di Fakultas teknik Universitas Negeri Yogyakarta*, (Fakultas teknik program studi pendidikan teknik informatika universitas Yogyakarta, 2014) hlm.

		<p>Menggunakan sistem akan mempermudah pekerjaan saya.</p> <p>Saya akan menemukan sistem yang berguna dalam pekerjaan saya.</p>
Motivasi ekstrinsik (<i>Extrinsic motivation</i>) (Davis et al., 1992)	<p>persepsi yang diinginkan pemakai untuk melakukan suatu aktivitas karena dianggap sebagai alat dalam mencapai hasil-hasil bernilai yang berbeda dari aktivitas itu sendiri, semacam kinerja pekerjaan, pembayaran, dan promosi-promosi.</p>	<p>Motivasi ekstrinsik dioperasionalkan menggunakan item-item yang sama dengan kegunaan persepsian di TAM (sama dengan 6 item diatas)</p>
Kesesuaian-Pekerjaan (<i>Job-fit</i>) (Thomshon et al., 1991)	<p>Bagaimana kemampuan-kemampuan dari suatu sistem meningkatkan kinerja pekerjaan individual</p>	<p>penggunaan sistem tidak akan berpengaruh pada kinerja pekerjaan saya (membalikkan skor).</p> <p>Penggunaan sistem dapat mengurangi waktu yang dibutuhkan untuk tanggung jawab pekerjaan saya yang penting.</p> <p>Menggunakan sistem ini dapat meningkatkan kualitas hasil kerja saya secara signifikan. Menggunakan sistem dapat meningkatkan efektivitas pelaksanaan tugas pekerjaan. Penggunaan dapat meningkatkan kuantitas output untuk jumlah usaha yang sama. Mempertimbangkan semua tugas, Tingkatan umum yang menggunakan sistem dapat membantu pekerjaan. (skala yang berbeda digunakan untuk item ini).</p>
Keuntungan relative (Relative Advantage) (Moore and Benbasat, 1991)	<p>Seberapa jauh menggunakan suatu inovasi dipersepsikan sebagai lebih baik daripada menggunakan pendahulunya</p>	<p>Menggunakan sistem memungkinkan saya menyelesaikan tugas lebih cepat.</p> <p>Menggunakan sistem meningkatkan kualitas pekerjaan yang saya lakukan. Menggunakan sistem mempermudah pekerjaan saya.</p> <p>Menggunakan sistem meningkatkan keefek-</p>

		tifan saya pada pekerjaan. Menggunakan sistem meningkatkan produktivitas saya.
Ekspektasi-ekspektasi hasil (<i>Outcome Expectantions</i>) (Compeau and Higgins 1995b; Compeau et al., 1999)	Ekspektasi-ekspektasi hasil berhubungan dengan konsekuensi dari perilaku. Berbasis pada bukti empiris, mereka dipisahkan kedalam ekspektasi kinerja dan ekspektasi-ekspektasi personal.	Untuk alasan pragmatis, empat dari item-item muatan terbesar ekspektasi-ekspektasi kinerja dan tiga dari item-item muatan terbesar dari ekspektasi-ekspektasi personal dari compeau dan higgins (1995b) dan compeau et al. (1999) dipilih untuk dimasukkan sebagai item-item dipenelitian sebagai berikut : Jika saya menggunakan sistem Saya akan meningkatkan efektivitas saya dalam pekerjaan. Saya akan menghabiskan lebih sedikit waktu untuk pekerjaan rutin tsak. Saya akan meningkatkan kualitas hasil pekerjaan saya. Saya akan meningkatkan kuantitas output untuk jumlah usaha yang sama. Rekan kerja saya akan menganggap saya kompeten. Saya akan meningkatkan peluang saya untuk mendapatkan promosi. Saya akan meningkatkan peluang saya untuk mendapatkan kenaikan gaji.

*Ekspektansi kinerja didefinisikan sebagai seseorang yang percaya bahwa menggunakan sistem tersebut akan membantu memperoleh keuntungan pada pekerjaan. (Penjelasan lengkap terdapat pada BAB II landasan teori).

Tabel 3.3. Konstruk-konstruk akar dari ekspektansi usaha (*Effort Expectancy*)

Konstruk	Definisi	Item-item
Kemudahan penggunaan (<i>perceived</i>)	Seberapa jauh seseorang	belajar mengoperasikan sistem akan

<p><i>ease of use</i>) (davis 1989; davis et al. 1989)</p>	<p>percaya bahwa menggunakan sesuatu sistem akan bebas dari usaha (<i>The degree to which a person believes that using a system would be free of effort</i>).</p>	<p>mudah bagi saya. Saya akan merasa mudah mendapatkan sistem untuk melakukan apa yang ingin saya lakukan. Interaksi saya dengan sistem akan jelas dan dapat dimengerti. Saya akan menemukan sistem yang fleksibel untuk berinteraksi dengan. Akan mudah bagi saya untuk menjadi terampil dalam menggunakan sistem saya akan menemukan sistem mudah digunakan.</p>
<p>Kerumitan (<i>Complexity</i>) (Thompson et al.1991)</p>	<p>Seberapa jauh suatu sistem dipersepsikan sebagai sesuatu yang relative susah untuk dipahami dan digunakan. (<i>The degree to wich a system is perceived as a relatively difficult to understand and use</i>)</p>	<p>Menggunakan sistem membutuhkan banyak waktu untuk tugas normal saya Bekerja dengan sistem sangat rumit, sulit untuk memahami apa yang sedang terjadi. Menggunakan sistem melibatkan terlalu banyak waktu untuk melakukan operasi mekanis (misalnya, input data). Terlalu lama untuk mempelajari cara menggunakan sistem untuk membuatnya layak untuk dilakukan</p>
<p>Kemudahan penggunaan (<i>ease of use</i>) (Moore and Benbasat, 1991)</p>	<p>Seberapa jauh menggunakan suatu inovasi dipersepsikan sebagai yang sulit untuk digunakan (<i>The degree to which using an innovation is perceived as being difficult to use</i>)</p>	<p>interaksi saya dengan sistem ini jelas dan dapat dimengerti. Saya percaya bahwa mudah untuk membuat sistem melakukan apa yang ingin saya lakukan. Secara keseluruhan, saya percaya bahwa sistem ini mudah digunakan. Belajar mengoperasikan sistem itu mudah bagi saya.</p>

*Ekspektasi Usaha merupakan tingkat kemudahan penggunaan sistem

yang akan dapat mengurangi upaya (tenaga dan waktu) individu dalam melakukan pekerjaannya. (Penjelasan lengkap terdapat pada BAB II landasan teori).

Tabel 3.4. Konstruk-konstruk akar dari pengaruh sosial (*Social Influence*).

Kontruk	Definisi	Item-item
Norma subyektif (<i>Subjective Norm</i>) (Ajzen 1991; Davis et al., 1989; Fishbein and Ajzen 1975; Mathieson 1991; Taylor and Todd 1995a, 1995b)	Persepsi seseorang bahwa kebanyakan orang yang penting baginya berfikir bahwa dia seharusnya atau tidak seharusnya melakukan perilaku bersangkutan.	orang yang mempengaruhi perilaku saya berpikir bahwa saya harus menggunakan sistem. Orang yang penting bagi saya berpikir bahwa saya harus menggunakan sistem ini.
Faktor-faktor sosial (<i>Social Factors</i>) (Thompson et al., 1991)	Internalisasi seseorang tentang kultur subyektif grup acuan dan kesepakatan interpersonal spesifik yang dilakukan seseorang dengan orang-orang lain di situasi-situasi sosial spesifik.	saya menggunakan sistem karena proporsi rekan kerja yang menggunakan sistem. Manajemen senior dari bisnis ini telah membantu dalam penggunaan sistem. Supervisor saya sangat mendukung penggunaan sistem untuk pekerjaan saya. Secara umum, organisasi telah mendukung penggunaan sistem.
Gambar <i>Image</i> (Moore and Benbasat, 1991)	Sejauh mana penggunaan suatu inovasi dipersepsikan meningkatkan imej atau status seseorang di sistem sosialnya.	orang-orang di organisasi saya yang membuat sistem itu memiliki lebih banyak gengsi daripada mereka yang tidak. Orang-orang di organisasi saya yang menggunakan sistem memiliki profil tinggi. Memiliki sistem adalah simbol status di organisasi saya.

*Pengaruh sosial didefinisikan sebagai sejauh mana seorang individual mempersepsikan kepentingan yang dipercaya oleh orang-orang lain yang akan

mempengaruhinya menggunakan sistem yang baru. (Penjelasan lengkap terdapat pada BAB II landasan teori).

Tabel 3.5. Konstruk-konstruk akar dari kondisi-kondisi pemfasilitasi (*Facilitating conditions*)

Konstruk	Definisi	Item-item
Kontrol perilaku persepsian (Perceived Behavioral Control) (Ajzen, 1991; Taylor and Todd 1995a, 1995b).	Merefleksikan persepsi-persepsi dari batasan-batasan internal dan eksternal pada perilaku dan meliputi keyakinan-sendiri, kondisi-kondisi pemfasilitasi sumberdaya, dan kondisi-kondisi pemfasilitasi teknologi.	saya memiliki kendali atas menggunakan sistem saya memiliki sumber daya yang diperlukan untuk menggunakan sistem. Saya memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan sistem. Mengingat sumber daya, peluang, dan pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan sistem, akan mudah bagi saya untuk menggunakan sistem. Sistem ini tidak kompatibel dengan sistem lain yang saya gunakan.
Kondisi-kondisi pemfasilitasi (<i>Facilitating Conditions</i>) (Thompson et al., 1991).	Faktor-faktor obyektif di lingkungan yang mana pengamat-pengamat setuju membuat suatu tindakan untuk mudah dilakukan, termasuk penyediaan dukungan computer	bimbingan tersedia bagi saya dalam pemilihan sistem. Instruksi khusus mengenai sistem itu tersedia bagi saya. Seseorang (atau kelompok) tertentu tersedia untuk bantuan dengan kesulitan sistem.
Kompabilitas (<i>Compatibility</i>) (Moore and Benbasat, 1991)	Seberapa jauh suatu invasi dipersepsikan sebagai sesuatu yang konsisten dengan nilai-nilai yang ada, kebutuhan-kebutuhan, dan pengalaman-pengalaman dari pengadopsi-pengadopsi potensial.	Menggunakan sistem ini kompatibel dengan semua aspek pekerjaan saya. Saya pikir menggunakan sistem ini cocok dengan cara saya suka bekerja. Menggunakan sistem sesuai dengan gaya pekerjaan saya.

*Kondisi-kondisi Pemfasilitasi adalah sejauh mana seorang percaya bahwa

infrastruktur organisasional dan teknikal tersedia untuk mendukung sistem. (Penjelasan lengkap terdapat pada BAB II landasan teori).

G. Teknik Pengumpulan data

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Kuisioner respon Mahasiswa

Kuisioner merupakan suatu alat untuk mengumpulkan informasi dengan cara menyampaikan sejumlah pertanyaan tertulis untuk menjawab secara tertulis yang dilakukan oleh responden. Pada kuisioner berupa pernyataan yang berjumlah 19 pernyataan.

H. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data adalah alat yang dipakai untuk mengukur sebuah fenomena alam maupun social yang diamati, untuk mencari sebuah jawaban Pada suatu penelitian²⁶.

Instrumen berguna sebagai pedoman dasar pada sebuah penelitian, untuk mempermudah pengumpulan data maka instrumen yang digunakan berupa pembagian angket untuk menilai *Behavioral intentions* dalam menggunakan e-

²⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Penerbit ALFABETA, 2016). H. 147.

commerce Shopee. Untuk memudahkan pengumpulan data maka dalam penelitian ini menggunakan beberapa instrumen diantaranya:

1. Validitas Instrumen

Validitas instrumen digunakan untuk mengukur kevalidatan atau kesahan suatu instrumen. Untuk mengukur validitas instrumen menggunakan rumus korelasi product moment dengan rumus:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}} \dots\dots\dots(1.2)$$

Keterangan :

r_{xy} : Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

N : Jumlah sampel

X : Skor butir soal

Y : Skor total

Dengan kriteria pengujian apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $\alpha = 0,05$ maka alat ukur tersebut dinyatakan valid, dan sebaliknya apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka alat ukur tersebut adalah tidak valid .

2. Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas merupakan suatu alat untuk mengukur konsistensi suatu jawaban-jawaban yang berasal dari para responden dari kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Dalam mengukur reliabilitas angket penelitian

ini menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Rumus ini digunakan karena instrumen yang digunakan merupakan kuesioner yang berisi skor. Berikut interpretasi nilai koefisien reliabilitas. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* (α) adalah lebih besar dari 0.60²⁷. Reliabilitas berfungsi untuk mengukur alat ukur yang digunakan, sejauh mana alat ukur tersebut dapat dipercaya. Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians butir

σ_t^2 = Varians total

Kriteria uji reliabilitas dengan rumus alpha adalah apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka alat ukur tersebut reliabel dan juga sebaliknya, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka alat ukur tidak reliabel²⁸. Berikut interpretasi nilai koefisien reliabilitas.

Tabel 3.6. Interpretasi Nilai Koefisien Reliabilitas

Koefisien Reliabilitas	Tingkat Reliabilitas
0.00 s/d 0.20	Kurang Reliabel
>0.20 s/d 0.40	Agak Reliabel
>0.40 s/d 0.60	Cukup Reliabel
>0.60 s/d 0.80	Reliabel
>0.80 s/d 0.10	Sangat Reliabel

²⁷ Trihendradi, C. *Step by Step SPSS 20 Analisis Data Statistik*. (Yogyakarta: ANDI, 2012). hlm.304

²⁸ Remilda Trinora, *Hubungan Motivasi*, ... hlm. 34

I. Teknik Prasyarat Analisis

Sebelum dilakukannya uji analisis data, terlebih dahulu akan dilakukan prasyarat. Analisis prasyarat merupakan analisis data yang meliputi uji normalitas dan uji linearitas penjelasannya sebagai berikut :

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data sampel yang digunakan berasal dari populasi yang didistribusi normal atau tidak. Uji normalitas ini diperoleh sesudah diberi perlakuan. Uji normalitas ini bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal²⁹.

Untuk menguji normalitas penelitian ini menggunakan nilai tabel Kolmogorov Smirnov di aplikasi *Spss* 22. Jika nilai selisih absolut terbesar < nilai tabel Kolmogorov Smirnov, maka H_0 diterima ; H_1 ditolak. Sementara jika nilai selisih absolut terbesar > nilai tabel Kolmogorov Smirnov, maka H_0 ditolak; H_1 diterima³⁰.

²⁹V.Wiratna Sujarweni, *SPSS untuk penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press,2015)hal 52

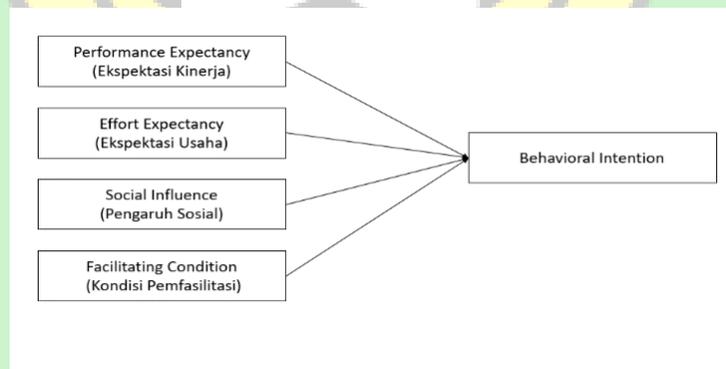
³⁰ V.Wiratna Sujarweni, *SPSS untuk penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press,2015).h.54

2. Uji Linearitas

Uji Linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas mempunyai hubungan yang linier atau tidak dengan variabel terikatnya. Pengujian linieritas dilakukan dengan teknik analisis varian (Uji-F) dengan menggunakan prosedur *Means* pada SPSS yaitu dengan melihat nilai probabilitas dari komponen yang penyimpangan terhadap derajat linier (*Deviation from Linearity*).

J. Teknik Analisa Data

Pengujian dan analisis data primer dilakukan dengan menggunakan perangkat SPSS (*Statistic Package for Social Science*) dengan menggunakan Analisis Regresi Berganda.



Gambar 3.3. Variabel X terhadap Y

Pengujian dan analisis data primer dilakukan dengan menggunakan perangkat SPSS Versi 22 dengan formulasi regresi berganda menurut Malhotra (2006) adalah sebagai berikut :

$$Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4$$

Dimana:

Y = Behavioral Intentions

X₁ = Ekspektansi kinerja

X₂ = Ekspektansi usaha

X₃ = Pengaruh sosial

X₄ = Kondisi pemfasilitasi

β = Koefisien

1. Analisa Deskriptif

Sebanyak 100 kuesioner kemudian ditabulasi menggunakan software SPSS untuk mengumpulkan tanggapan para responden tentang variabel penelitian. Kemudian akan diolah beberapa ukuran, yaitu tanggapan maksimum dan minimum responden, ukuran pemusatan data (*mean*), ukuran penyebaran data (*standard deviasi*).

2. Analisa Tingkat Penerimaan user terhadap *e-commerce* Shopee

Untuk mendapatkan tingkat penerimaan *e-commerce* Shopee, diambil dari persentase kuesioner masing-masing variabel penelitian menggunakan skala likert. Hasil persentase setiap variabel akan dibandingkan dengan tabel kriteria interpretasi *Score* untuk mengukur penerimaan dari masing-masing variabel.

3. Uji Asumsi Model Analisis Regresi Berganda

Pada tahapan ini membuat model Analisis Regresi Berganda dan melakukan pengujian asumsi-asumsi yang seharusnya dipenuhi dalam Analisis Regresi Berganda :

- a. Uji Normalitas Sebaran dan Linieritas.
- b. Uji Validitas dan Reliabilitas

K. Analisis Korelasi dan Regresi dengan Metode Analisis Regresi Berganda

Analisis Korelasi dan Regresi dengan Metode Analisis Regresi Berganda untuk menguji kerangka konseptual UTAUT dan menguji hipotesis. Pemrosesan dan analisis data dilakukan dengan menggunakan bantuan Microsoft excel dan program SPSS. Adapun tahapan dalam analisis data adalah sebagai berikut:

1. Analisa Regresi

Analisis regresi pada dasarnya adalah studi yang menjelaskan mengenai ketergantungan variabel terikat dengan satu atau lebih variabel bebas dengan tujuan untuk memprediksi nilai rata-rata variabel terikat berdasarkan nilai variabel bebas yang diketahui (Ghozali, 2001:43). Menganalisis data-data tersebut menggunakan metode yang dapat membantu dalam mengolah, menganalisis dan menginterpretasikan data tersebut.

2. Analisa Korelasi

Korelasi merupakan istilah yang biasa digunakan untuk menggambarkan ada tidaknya hubungan suatu hal dengan hal lain. Secara sederhana memang

seperti itulah pengertian korelasi. Analisis korelasi adalah suatu cara atau metode untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linear antar variabel. Apabila terdapat hubungan maka perubahan-perubahan yang terjadi pada salah satu variabel X akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada variabel lainnya (Y). Istilah tersebut dikatakan istilah sebab akibat, dan istilah tersebut menjadi ciri khas dari analisis korelasi.

L. Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis merupakan pernyataan resmi dari proposisi yang belum terbukti secara empiris dan dapat diuji (Zikmund et al., 2010). Pengujian hipotesis dapat dirumuskan formulasi sebagai berikut:

H1 = Terdapat pengaruh Ekspektasi Kinerja terhadap *Behavioral Intention* pada pengguna *E-commerce* Shopee

H2 = Terdapat pengaruh Ekspektasi Usaha terhadap *Behavioral Intention* pada pengguna *E-commerce* Shopee

H3 = Terdapat Pengaruh Sosial terhadap *Behavioral Intention* pada pengguna *E-commerce* Shopee

H4 = Terdapat pengaruh Kondisi Pemfasilitasi terhadap *Behavioral Intention* pada pengguna *E-commerce* Shopee

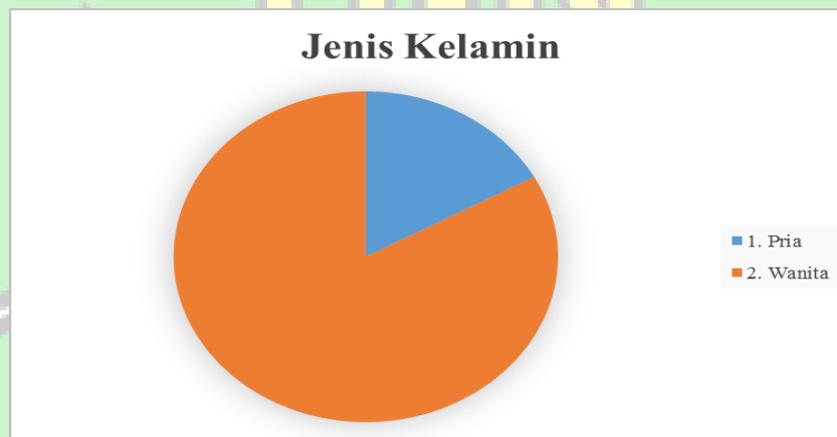
BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden

Profil responden yang menjadi sampel pada penelitian ini yaitu sebanyak 100 pengguna *e-commerce* shopee pada mahasiswa FTK UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Adapun yang menjadi karakteristik responden meliputi jenis kelamin, umur, angkatan, asal, dan program study. Berdasarkan hasil identifikasi karakteristik 100 responden pengguna shopee, dapat diuraikan sebagai berikut :

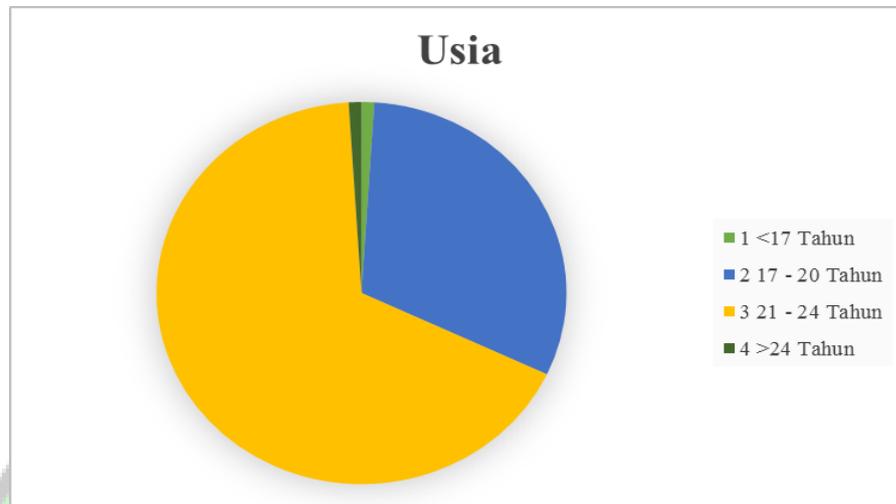
1. Jenis Kelamin



Gambar 4.1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Berdasarkan hasil pengolahan data seperti terlihat pada gambar diatas dapat dijelaskan bahwa sebanyak 17 orang atau 17.0% terdiri dari responden pria dan 83 orang atau 83.0% terdiri dari responden wanita, yang artinya responden wanita mendominasi pengguna *e-commerce* shopee pada mahasiswa FTK.

2. Umur/Usia

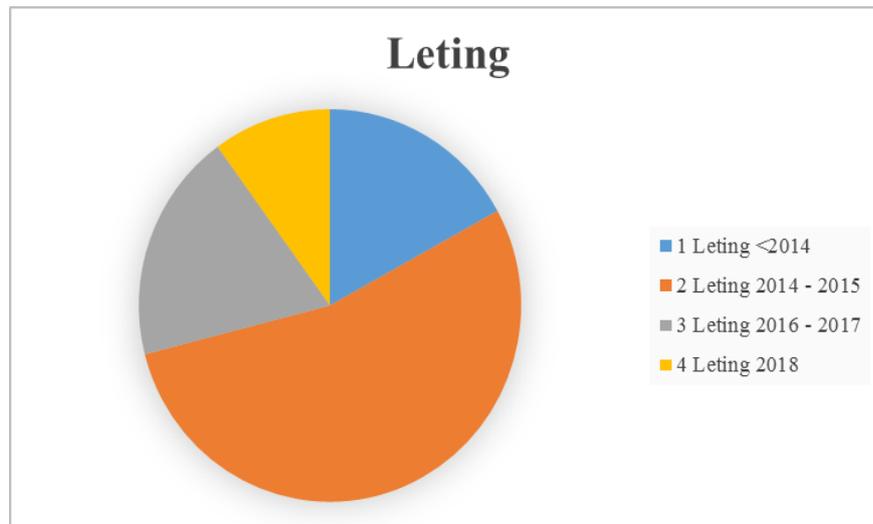


Gambar 4.2. Karakteristik responden berdasarkan usia

Karakteristik berdasarkan usia, dapat dijelaskan bahwa 1 orang atau 1.0% responden berusia di bawah <17 tahun, kemudian responden dengan tingkat usia 17-20 tahun sebanyak 31 orang atau 31.0% dari total responden, responden yang berusia 21-24 tahun sebanyak 67 orang atau 67.0%, responden dengan tingkat umur >24 tahun hanya berjumlah 1 orang atau 1.0%.

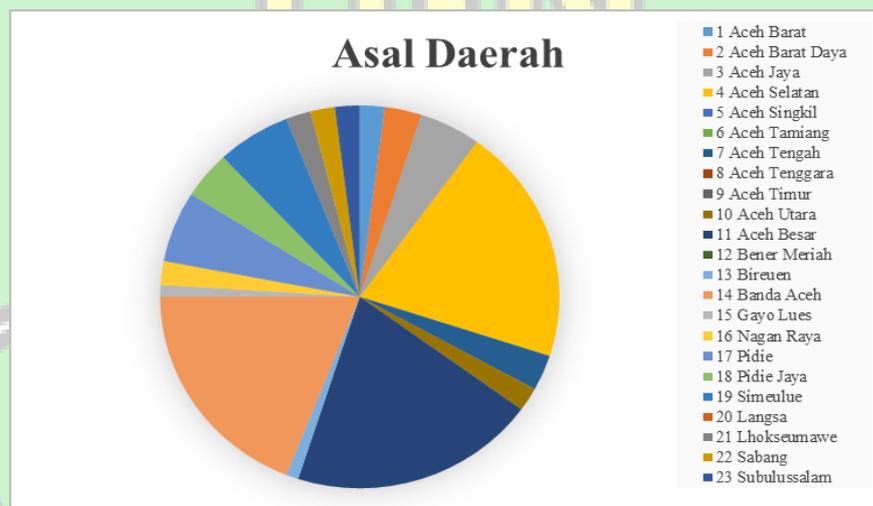
3. Angkatan/Leting

Berdasarkan angkatan atau leting, responden dalam penelitian ini sebanyak 17 orang atau 17.0% responden berasal dari angkatan <2014 . Sebanyak 54 orang atau 54.0% datang dari angkatan 2014 – 2015, sebanyak 19 orang atau 19.0% berasal dari angkatan 2016 – 2017. Dan yang terakhir adalah angkatan 2018 yang berjumlah 10 orang. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada gambar 3 dibawah ini :



Gambar 4.3. Karakteristik responden berdasarkan angkatan/leting

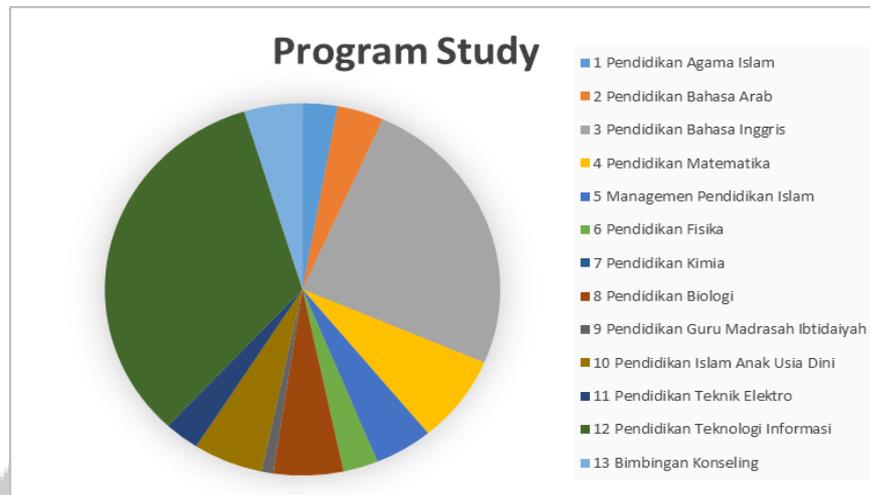
4. Asal Daerah



Gambar 4.4. Karakteristik responden berdasarkan asal daerah

Berdasarkan diagram 4, pengguna *e-commerce* shopee pada mahasiswa FTK UIN Ar-Raniry didominasi oleh daerah Aceh selatan, Aceh besar kemudian Banda Aceh dengan rata-rata 19 responden. Dari total 23 kabupaten di Aceh hanya 17 kabupaten yang mengisi. Langsa, Aceh tamiang, Aceh tenggara, dan Aceh timur adalah beberapa daerah yang tidak mengisi kuisisioner penelitian.

5. Program Study/Prodi



Gambar 4.5. Karakteristik responden berdasarkan program studi

Diagram 5 menunjukkan bahwa pengguna Shopee pada mahasiswa FTK UIN Ar-Raniry paling banyak berasal dari prodi Pendidikan Teknologi Informasi dengan total 35 responden dan prodi Bahasa Inggris yang berjumlah 26 responden. Pengisian kuisioner hampir merata kesemua prodi dengan rata-rata 4 responden, akan tetapi terdapat satu prodi yang tidak melakukan pengisian kuisioner penelitian yaitu prodi Pendidikan Kimia.

Untuk ke lima karakteristik penelitian ini menggunakan metode *quota sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan kriteria khusus. Oleh karena itu, peneliti menetapkan bahwa yang menjadi responden dalam penelitian ini haruslah orang-orang yang pernah menggunakan *e-commerce* Shopee.

B. Pengujian Instrumen

1. Uji Validitas

Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas

No	Indikator	Muatan Faktor (r-Hasil)	r-Tabel	Keterangan
Ekspektansi Kinerja (EK)				
1	EK1	0.615	0.1966	Valid
2	EK2	0.703	0.1966	Valid
3	EK3	0.788	0.1966	Valid
4	EK4	0.561	0.1966	Valid
Ekspektansi Usaha (EU)				
5	EU1	0.839	0.1966	Valid
6	EU2	0.703	0.1966	Valid
7	EU3	0.796	0.1966	Valid
8	EU4	0.789	0.1966	Valid
Pengaruh Sosial (PS)				
9	PS1	0.637	0.1966	Valid
10	PS2	0.787	0.1966	Valid
11	PS3	0.811	0.1966	Valid
12	PS4	0.280	0.1966	Valid
Kondisi Pemfasilitasi (KP)				
13	KP1	0.730	0.1966	Valid
14	KP2	0.695	0.1966	Valid
15	KP3	0.797	0.1966	Valid
16	KP4	0.490	0.1966	Valid
Behavioral Intention (BI)				
17	BI1	0.850	0.1966	Valid
18	BI2	0.811	0.1966	Valid
19	BI3	0.912	0.1966	Valid

Uji validitas adalah untuk mengetahui bukti bahwa instrumen, teknik atau proses yang digunakan untuk mengukur konsep memang mengukur konsep yang dimaksud. Validitas suatu instrument akan menggambarkan tingkat kemam-

puan alat ukur yang digunakan untuk mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran.

Dengan demikian permasalahan validitas instrumen (kuesioner) dapat mengukur apa yang diukur disebut valid dan sebaliknya apabila tidak dapat mengukur apa yang diukur maka dinyatakan tidak valid.

Setelah dicari hasil validitas instrument dengan kriteria pengujian apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan taraf signifikannya 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa alat ukur tersebut valid, dan sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka alat ukur tersebut tidak valid. Dan dari hasil pengujian pada tabel diatas didapatkan hasil bahwa semua instrument penelitian memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , hal itu mengartikan bahwa alat ukur tersebut dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu instrumen atau kuesioner dapat dipercaya atau tidak sebagai hasil penelitian yang baik. Setelah dicari hasil reliabilitas instrument dengan kriteria pengujian apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan taraf signifikannya 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa alat ukur tersebut reliable, dan sebaliknya jika apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka alat ukur tersebut tidak reliable. Dan dari hasil pengujian, didapatkan hasil bahwa semua instrumen penelitian memiliki nilai $r_{hasil} > r_{tabel}$, hal itu mengartikan bahwa alat ukur tersebut dinyatakan Reliabel.

Selanjutnya untuk uji reabilitas digunakan alat bantu yaitu SPSS versi 22, hasil pengujian instrument penelitian dari segi reliabilitas *item-total statistics* ter-

hadap 100 responden pelanggan atau pengguna *e-commerce* Shopee pada mahasiswa FTK UIN Ar-Raniry Banda Aceh sebagaimana tertera pada tabel berikut ini:

Tabel 4.2. Reliabilitas Variabel Penelitian (Alpha)

Variabel		r hitung (Cronbach Alpha)	r tabel	Keterangan
Ekspektansi Kinerja (X1)		0.790	0.1966	Reliabel
Ekspektansi Usaha (X2)		0.844	0.1966	Sangat Reliabel
Pengaruh Sosial (X3)		0.727	0.1966	Reliabel
Kondisi Pemfasilitasi (X4)		0.733	0.1966	Reliabel
Behavioral Intention (Y)		0.932	0.1966	Sangat Reliabel

Berdasarkan analisis reliabilitas dapat diketahui bahwa alpha untuk variabel Ekspektansi Kinerja (X_1) diperoleh nilai alpha sebesar 0.790, Ekspektansi Usaha (X_2) diperoleh nilai alpha sebesar 0.844, Pengaruh Sosial (X_3) diperoleh nilai alpha sebesar 0.727, variable Kondisi Pemfasilitasi (X_4) diperoleh nilai alpha sebesar 0.844. dan variabel terakhir adalah *Behavioral Intention* (Y_1) dengan nilai alpha 0.932.

Dengan demikian pengukuran reliabilitas terhadap variabel penelitian menunjukkan kehandalan dengan menunjukkan semua variable berada diatas 0.1966. Sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien yang dijadikan alat ukur dalam penelitian layak digunakan.

C. Deskripsi Variabel Penelitian

Variabel bebas (*independent variable*) dalam penelitian ini adalah terdiri dari variabel ekspektansi kinerja (X_1), ekspektansi usaha (X_2), pengaruh sosial (X_3), kondisi pemfasilitasi (X_4), yang masing-masing berjumlah 4 item.

Sedangkan variabel terikat (*dependent variable*) dalam penelitian ini adalah variabel *behavioral intention* (Y_1) sebanyak 3 item. Keseluruhan semua variabel berjumlah 19 item. Untuk menganalisis variabel-variabel tersebut diambil dari skor rata-rata jumlah skor dari komponen dari indikator variabel.

Penilaian responden yang terhadap pada variabel ini diukur dengan skor terendah adalah 1 untuk jawaban sangat tidak setuju dan tertinggi 5 untuk jawaban sangat setuju. Untuk mendeskripsikan jawaban variabel dapat ditunjukkan dengan nilai rata-rata variabel. Pada tabel 3 variabel ekspektansi kinerja (X_1) nilai rata-ratanya adalah 4.17, tabel 4 ekspektansi usaha (X_2) nilai rata-rata nya 4.252, kemudian tabel 5 Pengaruh Sosial (X_3) nilai rata-ratanya adalah 3.353, dan yang terakhir adalah tabel 6 kondisi pemfasilitasi (X_4) nilai rata-ratanya adalah 4.117.

1. Tanggapan Responden terhadap Variabel Ekspektansi Kinerja (X_1)

Berikut tabel distribusi frekuensi variabel ekspektansi kinerja berdasarkan data hasil pengumpulan kuesioner dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.3. Tanggapan Responden terhadap Ekspektansi Kinerja

No.	Pertanyaan	STS (1)		TS (2)		KS (3)		S (4)		SS (5)		Mean
		Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	
1.	Menurut saya Aplikasi shopee memudahkan saya dalam berbelanja	0	0	0	0	2	2.0	61	61.0	37	37.0	4.35

2.	Menggunakan Aplikasi shopee meningkatkan efektifitas saya dalam berbelanja	0	0	3	3.0	9	9.0	65	65.0	23	23.0	4.08
3.	Menggunakan Aplikasi shopee meningkatkan minat saya dalam berbelanja	1	1.0	6	6.0	15	15.0	52	52.0	26	26.0	3.96
4.	Menggunakan Aplikasi shopee memungkinkan saya mendapat harga ideal	0	0	0	0	9	9.0	53	53.0	38	38.0	4.29
Rata-rata											4.17	

Berdasarkan tabel tersebut dapat dijelaskan bahwa nilai rata-rata sebesar 4.17 yang bermakna responden setuju terhadap pernyataan yang diajukan pada variabel Ekspektansi Kinerja.

2. Tanggapan Responden terhadap Variabel Ekspektansi Usaha (X₂)

Berikut tabel distribusi frekuensi variabel ekspektansi usaha berdasarkan data hasil pengumpulan kuesioner dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.4. Tanggapan Responden terhadap Ekspektansi Kinerja

No.	Pertanyaan	STS (1)		TS (2)		KS (3)		S (4)		SS (5)		Mean
		Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	
1.	Saya paham bagaimana caranya menggunakan Aplikasi shopee	0	0	1	0.6	10	10.0	47	47.0	43	43.0	4.33
2.	Mudah bagi saya untuk menjadi terampil dalam menggunakan Aplikasi shopee	0	0	1	1.0	10	10.0	60	60.0	29	29.0	4.17
3.	Menurut saya Aplikasi shopee mudah digunakan	0	0	0	0	3	3.0	57	57.0	40	40.0	4.37
4.	Mudah bagi saya mengoperasikan fitur-fitur yang ada di Aplikasi shopee	0	0	2	2.0	13	13.0	55	55.0	30	30.0	4.13
Rata-rata											4.252	

Berdasarkan tabel tersebut dapat dijelaskan bahwa nilai rerata sebesar 4.252 yang bermakna responden dalam penelitian ini setuju terhadap pernyataan yang diajukan pada variabel Ekspektansi Usaha.

3. Tanggapan Responden terhadap Pengaruh Sosial (X₃)

Berikut tabel distribusi frekuensi variabel Pengaruh Sosial berdasarkan data hasil pengumpulan kuesioner yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.5. Penilaian Responden Pengaruh Sosial

No.	Pertanyaan	STS (1)		TS (2)		KS (3)		S (4)		SS (5)		Mean
		Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	
1.	Orang yang mempengaruhi perilaku saya berfikir bahwa saya harus menggunakan Aplikasi shopee	4	4.0	9	9.0	41	41.0	36	36.0	10	10.0	3.39
2.	Orang yang penting bagi saya menyarankan saya menggunakan Aplikasi shopee	7	7.0	12	12.0	29	29.0	41	41.0	11	11.0	3.37
3.	Public figure telah membantu/ mendorong saya untuk menggunakan Aplikasi shopee	3	3.0	14	14.0	23	23.0	44	44.0	16	16.0	3.56
4.	Secara umum lingkungan saya menggunakan Aplikasi shopee	1	1.0	7	7.0	18	18.0	57	57.0	17	17.0	3.82
Rata-rata												3.535

Berdasarkan tabel tersebut dapat dijelaskan bahwa nilai rata-rata sebesar 3.535 yang bermakna bahwa responden dalam penelitian ini setuju terhadap pernyataan yang diajukan pada Pengaruh Sosial.

4. Tanggapan Responden terhadap Variabel Kondisi Pemfasilitasi (X₄)

Berikut tabel distribusi frekuensi variabel Kondisi Pemfasilitasi berdasarkan data hasil pengumpulan kuesioner dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.6. Penilaian Responden terhadap Kondisi Pemfasilitasi

No.	Pertanyaan	STS (1)		TS (2)		KS (3)		S (4)		SS (5)		Mean
		Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	
1.	Saya memiliki sumberdaya yang diperlukan untuk menggunakan Aplikasi shopee (misalnya : komputer, laptop, smartphone, internet)	0	0	0	0.0	5	5.0	55	55.0	40	40.0	4.35
2.	Saya memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan Aplikasi shopee (misalnya : mengerti cara menggunakan smartphone)	1	1.0	1	1.0	7	7.0	48	48.0	43	43.0	4.31
3.	Aplikasi shopee kompatibel dengan sistem lain yang saya gunakan	0	0	2	2.0	17	17.0	64	64.0	17	17.0	3.96
4.	Tersedia fitur khusus yang membantu saya jika mengalami kesulitan menggunakan Aplikasi shopee	0	0	4	4.0	22	22.0	59	59.0	15	15.0	3.85
Rata-rata												4.117

Berdasarkan tabel tersebut dapat dijelaskan bahwa nilai rerata sebesar 4.117 bermakna responden setuju terhadap pernyataan yang diajukan pada variabel Kondisi Pemfasilitasi.

5. Tanggapan Responden terhadap Variabel Behavioral Intention (Y)

Berikut tabel distribusi frekuensi variabel Behavioral Intention berdasarkan data hasil pengumpulan kuesioner dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.7. Penilaian Responden terhadap Behavioral Intention

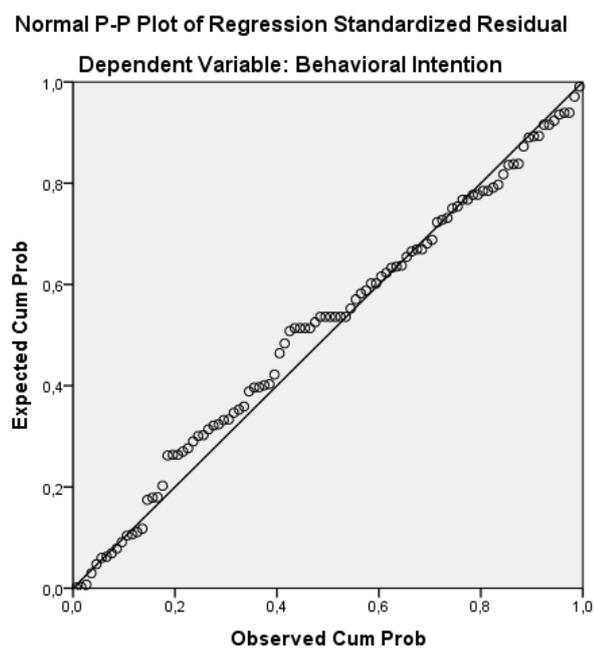
No.	Pertanyaan	STS (1)		TS (2)		KS (3)		S (4)		SS (5)		Mean
		Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	
1.	Saya berniat menggunakan Aplikasi shopee ditahun berikutnya	0	0	2	2.0	14	14.0	61	61.0	23	23.0	4.05
2.	Saya memperkirakan bahwa saya akan menggunakan Aplikasi shopee ditahun berikutnya	0	0	2	2.0	15	15.0	61	61.0	22	22.0	4.03
3.	Saya berencana menggunakan Aplikasi shopee ditahun berikutnya	0	0	3	3.0	15	15.0	59	59.0	23	23.0	4.02
Rata-rata												4.033

Berdasarkan tabel tersebut dapat dijelaskan bahwa nilai rerata sebesar 4.09 bermakna responden setuju terhadap pernyataan yang diajukan pada variabel Behavioral Intention

D. Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan pengujian grafik P-P Plot untuk pengujian residual model regresi. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal.

Pada gambar 6 dapat disimpulkan bahwa gambar normal plot memberikan pola distribusi normal. Berdasarkan uji asumsi klasik tersebut, dapat dijelaskan bahwa semua data yang digunakan dalam penelitian memenuhi semua asumsi klasik, sehingga model analisis regresi berganda dalam penelitian ini layak digunakan, seperti pada gambar berikut :



Gambar 4.6 Uji Normalitas

Normalitas data dapat dilihat dengan uji statistik yaitu dalam penelitian ini dengan menggunakan uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* pada alpha sebesar 5%. Jika nilai signifikan dari pengujian *Kolmogorov-Smirnov* lebih dari 0.05 berarti data normal.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Standardized Residual
N	100
Normal Parameters ^{a,b} Mean	,0000000
Std. Deviation	,97958969
Most Extreme Differences	,088
Absolute Positive	,038
Negative	-,088
Test Statistic	,088
Asymp. Sig. (2-tailed)	,054 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Gambar 4.7. Statistik Normalitas

Berdasarkan uji statistik normalitas pada gambar diatas menunjukkan nilai *Asymp. Sig* 0.054 lebih besar dari 0.05, maka dapat disimpulkan data terdistribusi secara normal.

E. Deskriptif Data Penelitian

Secara ringkas deskripsi data penelitian ini disajikan dalam bentuk nilai rata-rata (*mean*), tingkat penyebaran data (*std.Deviation*) dan hubungan antar variabel sebagaimana diperlihatkan dalam tabel berikut:

Tabel 4.8. Rata-rata, Standar Deviasi dan Korelasi Antar Variabel

Variabel	Mean	Standar deviasi	1	2	3	4	5
Ekspektansi Kinerja	4.17	0.53	1				
Ekspektansi Usaha	4.25	0.52	0.517	1			
Pengaruh Sosial	3.53	0.71	0.401	0.097	1		
Kondisi Pemfasilitasi	4.11	0.50	0.505	0.489	0.343	1	
Behavioral Intention	4.03	0.64	0.537	0.502	0.374	0.510	1

Pada tabel diatas menunjukkan nilai rata-rata (mean) dari variabel yang digunakan dalam penelitian berkisar antara 3.53 hingga 4.25 dengan tingkat penyebaran data berkisar antara 0.50 hingga 0.71. dari ke lima variabel yang terlihat, variabel ekspektansi usaha merupakan variabel dengan nilai mean tertinggi untuk variabel ini cenderung positif dibandingkan dengan variabel lainnya. Variabel ekspektansi usaha juga merupakan variabel dengan tingkat penyebaran data terbesar yang berarti tingkat perbedaan jawaban responden untuk variabel ini relatif tinggi dibandingkan variabel lainnya. Selain itu pada tabel diatas juga menunjukkan nilai korelasi antar variabel berkisar antara 0.019 hingga 0.502.

F. Pembuktian Hipotesis

Tabel berikut menjelaskan tentang pengaruh semua variabel X terhadap *Behavioral intention* atau variabel Y pada pengguna aplikasi shopee di FTK di Banda Aceh. Untuk membuktikan hipotesis dalam penelitian ini, telah dilakukan pengolahan data dan hasil penelitiannya sebagaimana dijelaskan dalam Tabel berikut ini:

Tabel 4.9. Pengaruh ekspektansi kinerja, ekspektansi usaha, pengaruh social serta kondisi pemfasilitasi terhadap behavioral intention

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,654 ^a	,428	,404	,49678	,428	17,782	4	95	,000

a. Predictors: (Constant), Kondisi Pemfasilitasi, Pengaruh Sosial, Ekspektansi Usaha, Ekspektansi Kinerja

b. Dependent Variable: Behavioral Intention

Berdasarkan tabel di atas maka dapat dijelaskan bahwa nilai pengaruh antara ekspektansi kinerja, ekspektansi usaha, pengaruh sosial dan kondisi pemfasilitasi terhadap *Behavioral intention* sebesar 0.428 atau 42.8%. Dengan kata lain, bila terjadi peningkatan ekspektansi kinerja, ekspektansi usaha, pengaruh sosial dan kondisi pemfasilitasi akan meningkatkan *behavioral intention* sebesar 42.8% dari nilai perubahan tersebut. Kondisi ini menunjukkan bahwa

terdapat sebesar 57.2% (100% - 42.8%) faktor lainnya yang mempengaruhi *behavioral intention*, yang tidak dimasukkan sebagai faktor dalam penelitian ini.

Tabel 4.10. Pengaruh ekspektansi kinerja, ekspektansi usaha, pengaruh social serta kondisi pemfasilitasi terhadap *behavioral intention* (Uji-F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	17,554	4	4,389	17,782	,000 ^b
	Residual	23,446	95	,247		
	Total	41,000	99			

a. Dependent Variable: Behavioral Intention

b. Predictors: (Constant), Kondisi Pemfasilitasi, Pengaruh Sosial, Ekspektansi Usaha, Ekspektansi Kinerja

Hasil analisis data di atas memperlihatkan bahwa tingkat signifikansi uji F sebesar 0.000 atau $F_{Hitung} 17.782 > F_{Tabel}$ sebesar 2.46 Hasil tersebut menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel ekspektansi kinerja, ekspektansi usaha, pengaruh sosial dan kondisi pemfasilitasi terhadap *behavioral intention* pada pengguna *e-commerce* shopee.

Terdapat hubungan secara positif dan signifikan antara variabel ekspektansi kinerja dengan *behavioral intention* sebesar 0.036 dimana nilai $P < 0.05$ dengan β 0.217. Selanjutnya, terdapat hubungan positif dan signifikan antara variabel ekspektansi usaha dengan *behavioral intention* dengan nilai P 0.006 dan β 0.273. Variabel pengaruh sosial terhadap *behavioral intention* sebesar nilai P

0.032 dengan β 0.192 dan variabel kondisi pemfasilitasi terhadap *behavioral intention* sebesar nilai P 0.041 dengan β 0.201

Tabel 4.11. Pengaruh ekspektansi kinerja, ekspektansi usaha, pengaruh social serta kondisi pemfasilitasi terhadap behavioral intention (Uji-t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,158	,503		-,314	,755
Ekspektansi Kinerja	,263	,124	,217	2,123	,036
Ekspektansi Usaha	,334	,119	,273	2,802	,006
Pengaruh Sosial	,172	,079	,192	2,177	,032
Kondisi Pemfasilitasi	,259	,125	,201	2,071	,041

a. Dependent Variable: Behavioral Intention

Pada variabel ini terdapat t tabel 1.660 dengan t hitung variabel ekspektansi kinerja sebesar 2.123, t hitung variabel ekspektansi usaha sebesar 2.802 kemudian t hitung variabel pengaruh sosial sebesar 2.177 dan t hitung variabel kondisi pemfasilitasi sebesar 2.071. ke empat faktor tersebut mempunyai t hitung > t tabel artinya bahwa ke empat hipotesis diatas memiliki pengaruh terhadap *behavioral intention*.

Berdasarkan tabel dan persamaan analisis regresi berganda diatas dapat dianalisis berdasarkan koefisien-koefisien. Model persamaan analisis regresi berganda :

$$Y = -1,58 + 0,263 (X_1) + 0,334 (X_2) + 0,172 (X_3) + 0,259 (X_4)$$

Keterangan :

Y = Behavioral Intention

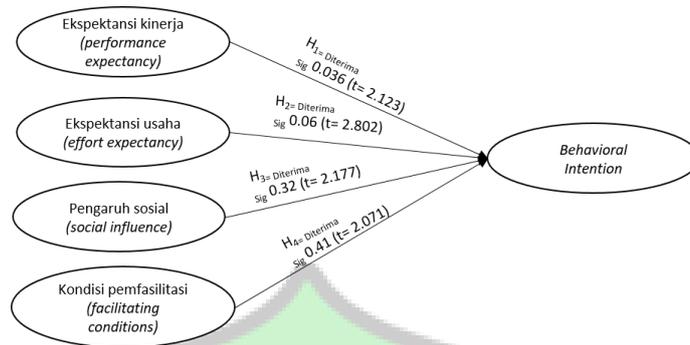
X₁ = Ekspektansi kinerja

X₂ = Ekspektansi usaha

X₃ = Pengaruh sosial

X₄ = Kondisi pemfasilitasi

Gambar dibawah menunjukkan bahwa hipotesis (H₁) yaitu ekspektansi kinerja, hipotesis (H₂) yaitu ekspektansi usaha, kemudian hipotesis (H₃) yaitu pengaruh sosial, Dan yang terakhir adalah Hipotesis (H₄) yaitu kondisi pemfasilitasi terhadap *behavioral intention* pada pengguna *e-commerce* shopee dapat diterima.



Gambar 4.8. Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap Behavioral Intention

Analisis statistic pada penelitian ini menggambarkan 4 hipotesis. Secara lebih jelas, gambaran tentang diterima ataupun ditolaknya hipotesis dalam penelitian ini dapat dilihat sebagaimana dalam table dibawah ini:

Tabel 4.12. Rangkuman dari Pembuktian Hipotesis

	Hipotesis	Kondisi
H ₁	Terdapat pengaruh ekspektansi kinerja terhadap <i>behavioral intetion</i> pada pengguna <i>e-commerce</i> shopee	✓
H ₂	Terdapat pengaruh ekspektansi usaha terhadap <i>behavioral intetion</i> pada pengguna <i>e-commerce</i> shopee	✓
H ₃	Terdapat pengaruh sosial terhadap <i>behavioral intetion</i> pada pengguna <i>e-commerce</i> shopee	✓
H ₄	Terdapat pengaruh kondisi pemfasilitasi terhadap <i>behavioral intetion</i> pada pengguna <i>e-commerce</i> shopee	✓

Note : ✓ = Hipotesis diterima
 X = Hipotesis ditolak

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Hasil dari model pengukuran dengan menggunakan metode UTAUT, menunjukkan bahwa semua indikator variabel merupakan indikator yang valid. Sehingga didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Faktor Ekspektansi kinerja (*performance expectancy*) memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap *Behavioral intention* mahasiswa FTK UIN Ar-Raniry dalam menggunakan *e-commerce* Shopee.
2. Terdapat hubungan positif dan signifikan antara faktor ekspektansi usaha (*effort expectancy*) dengan *behavioral intention*, artinya mahasiswa FTK percaya bahwa menggunakan *e-commerce* shopee memberikan kemudahan dan membantu mereka dalam menyelesaikan pekerjaannya.
3. Pengaruh sosial (*social Influence*), faktor ini menunjukkan hubungan positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* mahasiswa FTK UIN Ar-Raniry dalam menggunakan *e-commerce* Shopee. Dengan kata lain adanya pengaruh positif dari seseorang yang membuat mereka menggunakan *e-commerce* tersebut.
4. Faktor Kondisi pemfasilitasi (*facilitating condition*) terbukti memiliki hubungan signifikan dan positif terhadap *Behavioral intention* mahasiswa FTK UIN Ar-Raniry dalam menggunakan *e-commerce* Shopee. Semakin tinggi tingkat kepercayaan seseorang terhadap infrastruktur dan teknikal suatu sistem

informasi makan akan semakin tinggi pula tingkat kepercayaan untuk menggunakan sistem tersebut.

5. Keempat faktor diatas yaitu : Ekspektansi kinerja (*performance expectancy*), Ekspektansi usaha (*effort expectancy*), Pengaruh sosial (*social influence*), dan Kondisi pemfasilitasi (*facilitating conditions*). Secara keseluruhan memiliki semua dampak positif terhadap Behavioral intention mahasiswa FTK UIN Ar-Raniry dalam menggunakan *e-commerce* Shopee. Akan tetapi dari ke empat faktor tersebut hanya mampu menjelaskan pengaruh terhadap *Behavioral intention* sebesar 42%.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diuraikan diatas, saran yang dapat diberikan adalah Pada penelitian ini hanya mengambil empat faktor yaitu faktor Ekspektansi kinerja (*performance expectancy*), Ekspektansi usaha (*effort expectancy*), Pengaruh sosial (*social influence*), dan Kondisi pemfasilitasi (*facilitating conditions*) keempat faktor tersebut berpengaruh hanya 42%. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat meneliti 58% faktor lainnya yang mempengaruhi *behavioral intention* dalam menggunakan *e-commerce* shopee.

DAFTAR PUSTAKA

Agrippina, Gaby rodorea. 2016. *Behavior intentions konsumen dalam menilai kualitas pelayanan jasa perawatan diri*. Lampung : Universitas Lampung.

Anhar. 2016. *Panduan bijak belajar internet untuk anak*. Jawa barat:adamssein media.

Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.

J.supranto, 2017. *Statistik untuk pemimpin berwawasan global*. Jakarta: Penerbit salemba Empat.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/03/27/berapa-pembeli-digital-indonesia>. Tgl 03 agustus 2018. 08.37.

<https://inet.detik.com/business/d-3054826/misi-Shopee-di-e-commerce-ke-indonesia-lalu-kuasai-asia> Tgl 04 agustus 2018, jam 15.41

<https://lifestyle.kompas.com/read/2018/03/22/155001820/80-persen-konsumen-belanja-online-orang-muda-dan-wanita>, Tgl 03 agustus 2018, jam 09.27

<https://www.liputan6.com/tekno/read/2379136/Shopee-aplikasi-belanja-online-c2c-meluncur-di-indonesia> Tgl 04 agustus 2018, jam 15.30S

Mediyanto, Beni dan Irfan mahendra. 2017. *Penerapan metode UTAUT untuk memprediksi behavioral intentionss user dalam menggunakan aplikasi zabbix*. Jakarta : STMIK nusa mandiri Jakarta.

Muchlisa, Andi nurul. 2016. *Rancang bangun aplikasi e-commerce berbasis web service*. Makasar : Universitas islam negeri alauddin Makasar.

Nugroho, Irwan. 2011. *Sistem informasi penerimaan siswa baru berbasis web dengan php dan sql*. Yogyakarta : Universitas negeri Yogyakarta.

Purwianti, Lily dan karen tio. 2017. *Faktor-faktor yang mempengaruhi behavioural intentions*. Batam : Universitar Internasional Batam.

Rohandi, Mochamad malik akbar. 2017. *Effectiveness C2C E-Commerce Media In Bandung (Case study at Tokopedia.com and Bukalapak.com)*. Bandung : Universitas Islam Bandung.

repository.unimus.ac.id Tgl 31 agustus 2018 jam 13.07

Rivai, Muhammad bakhtiar. 2014. *Penerapan model the unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT) untuk memahami tingkat penerimaan dan penggunaan e-learning (Be smart) di Fakultas teknik Universitas Negeri Yogyakarta*, Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta.

Sudjatmika, Fransiska vania. 2017. *Pengaruh harga, ulasan produk, kemudahan, dan keamanan terhadap keputusan pembeli secara online di Tokopedia.com*. Surabaya : Universitas kristen petra surabaya.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Suhardi dan Purwanto. 2009. *Statistik untuk ekonomi dan keuangan modern*, Jakarta : Salemba empat.

Suhardiman, Bima. 2011. *Pemanfaatan internet dalam meningkatkan pengetahuan guru di SMA Muhammadiyah 1 Tangerang*, Jakarta : Universitas islam negeri syarif hidayatullah Jakarta.

Sujarweni, V.Wiratna. 2015. *SPSS untuk peneltian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Trinora, Remilda. 2015. *Hubungan Motivasi Belajar Dengan Hasil Belajar Siswa Kelas Iv Sd Negeri 2 Labuhan Ratu Kota Bandar Lampung Tahun Ajaran 2014/2015*. Lampung : Universitas Lampung

Widya. 2018. *Analisis kualitas layanan dengan menggunakan e-service quality untuk mengetahui kepuasan pelanggan belanja online Shopee*. Bandung : Universitas Telkom Sarwono, Jonathan. 2010. *Pengertian dasar structural equation modeling (SEM)*. Jakarta : Universitas kristen krida wacana.

جامعة الرانري

A R - R A N I R Y

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FTK UIN AR-RANIRY BANDA ACEH
NOMOR: B-11523/Un.08/FTK/KP.07.6/11/2018

TENTANG:

PENGANGKATAN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
UIN AR-RANIRY BANDA ACEH
DEKAN FTK UIN AR-RANIRY BANDA ACEH

- Menimbang : a. bahwa untuk kelancaran bimbingan skripsi dan ujian munaqasyah mahasiswa pada Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Ar-Raniry Banda Aceh maka dipandang perlu menunjuk pembimbing skripsi tersebut yang dituangkan dalam Surat Keputusan Dekan;
b. bahwa saudara yang tersebut namanya dalam surat keputusan ini dipandang cakap dan memenuhi syarat untuk diangkat sebagai pembimbing skripsi.
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003, tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005, tentang Guru dan Dosen;
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Sistem Pendidikan Tinggi;
4. Peraturan Pemerintah No. 74 Tahun 2012 tentang Perubahan atas Peraturan Pemerintah RI Nomor 23 Tahun 2005 tentang Pengelolaan Keuangan Badan Layanan Umum;
5. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
6. Peraturan Presiden Nomor 64 Tahun 2013, tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh menjadi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh;
7. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014, tentang Organisasi & Tata Kerja UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
8. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 21 Tahun 2015, tentang Statuta UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
9. Keputusan Menteri Agama Nomor 492 Tahun 2003, tentang Pendelegasian Wewenang Pengangkatan, Pemindahan, dan Pemberhentian PNS di Lingkungan Depag. RI;
10. Keputusan Menteri Keuangan Nomor 293/KMK.05/2011 tentang Penetapan Institut Agama Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh pada Kementerian Agama sebagai Instansi Pemerintah yang Menerapkan Pengelolaan Badan Layanan Umum;
11. Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry Nomor 01 Tahun 2015, tentang Pendelegasian Wewenang Kepada Dekan dan Direktur Pascasarjana di Lingkungan UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
- Memperhatikan : Keputusan Sidang/Seminar Proposal Skripsi Prodi Pendidikan Teknologi Informasi tanggal 6 Oktober 2018

MEMUTUSKAN

Menetapkan :

PERTAMA :

Menunjuk Saudara:

1. Muhibuddin, M. Ag sebagai pembimbing pertama
2. Bustami, M. Sc sebagai pembimbing kedua

Untuk membimbing skripsi :

Nama : Hanifah Oktana Putri
NIM : 140212058
Program Studi : Pendidikan Teknologi Informasi
Judul Skripsi : Penerapan metode Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) dalam memprediksi Behavioral Intentions pada pengguna E-Commerce Shopee di kalangan mahasiswa (studi kasus di Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Ar-Raniry)

KEDUA : Pembiayaan honorarium pembimbing pertama dan kedua tersebut di atas dibebankan pada DIPA UIN Ar-Raniry Banda Aceh Tahun 2018;

KETIGA : Surat Keputusan ini berlaku sampai akhir semester Ganjil Tahun Akademik 2018/2019

KEEMPAT : Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan bahwa segala sesuatu akan dirubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya, apabila kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam surat keputusan ini.

Ditetapkan di : Banda Aceh

Pada tanggal : 2 November 2018

An. Rektor

Dekan

Muslim Razali

Tembusan

1. Rektor UIN Ar-Raniry di Banda Aceh;



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN

Jl. Syaikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp: (0651) 7551423 - Fax: (0651) 7553020 Situs : www.tarbiyah.ar-raniry.ac.id

Nomor : B-13555/Un.08/Tu-FTK/TL.00/12/2018

07 Desember 2018

Lamp : -

Hal : Mohon Izin Untuk Mengumpul Data
Menyusun Skripsi

Kepada Yth.

Di -
Tempat

Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan (FTK) UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh dengan ini memohon kiranya saudara memberi izin dan bantuan kepada:

N a m a	: Hanifah Oktana Putri
N I M	: 140 212 058
Prodi / Jurusan	: Pendidikan Teknologi Informasi
Semester	: IX
Fakultas	: Tarbiyah dan Keguruan UIN Ar-Raniry Darussalam.
A l a m a t	: Jl Elang Desa Biang Cut Lueng Bata Kota Banda Aceh

Untuk mengumpulkan data pada:

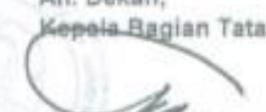
Fakultas Tarbiyah dan Keguruan

Dalam rangka menyusun Skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Ar-Raniry yang berjudul:

Penerapan Metode Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) dalam memprediksi Behavioral Intentionans pada Pengguna E-Commerce Shopee di kalangan mahasiswa (studi kasus di Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Ar-Raniry)

Demikianlah harapan kami atas bantuan dan keizinan serta kerja sama yang baik kami ucapkan terima kasih.

An. Dekan,
Kepala Bagian Tata Usaha,


M. Said Farzah Ali

Lampiran 4

KUESIONER

**Penerapan Metode Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)
dalam Memprediksi Behavioral Intention pada Penggunaan
E-commerce Shopee Dikalangan Mahasiswa
(Studi Kasus di Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Uin Ar-Raniry)**

Pada dasarnya penelitian ini bersifat ilmiah sebagai salah satu syarat untuk memenuhi tugas mencapai gelar Sarjana Pendidikan Teknologi Informasi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

Saya menyadari bahwa pernyataan (jawaban) yang sebenarnya dari Responden merupakan faktor penting untuk keberhasilan penelitian ini.

Petunjuk :

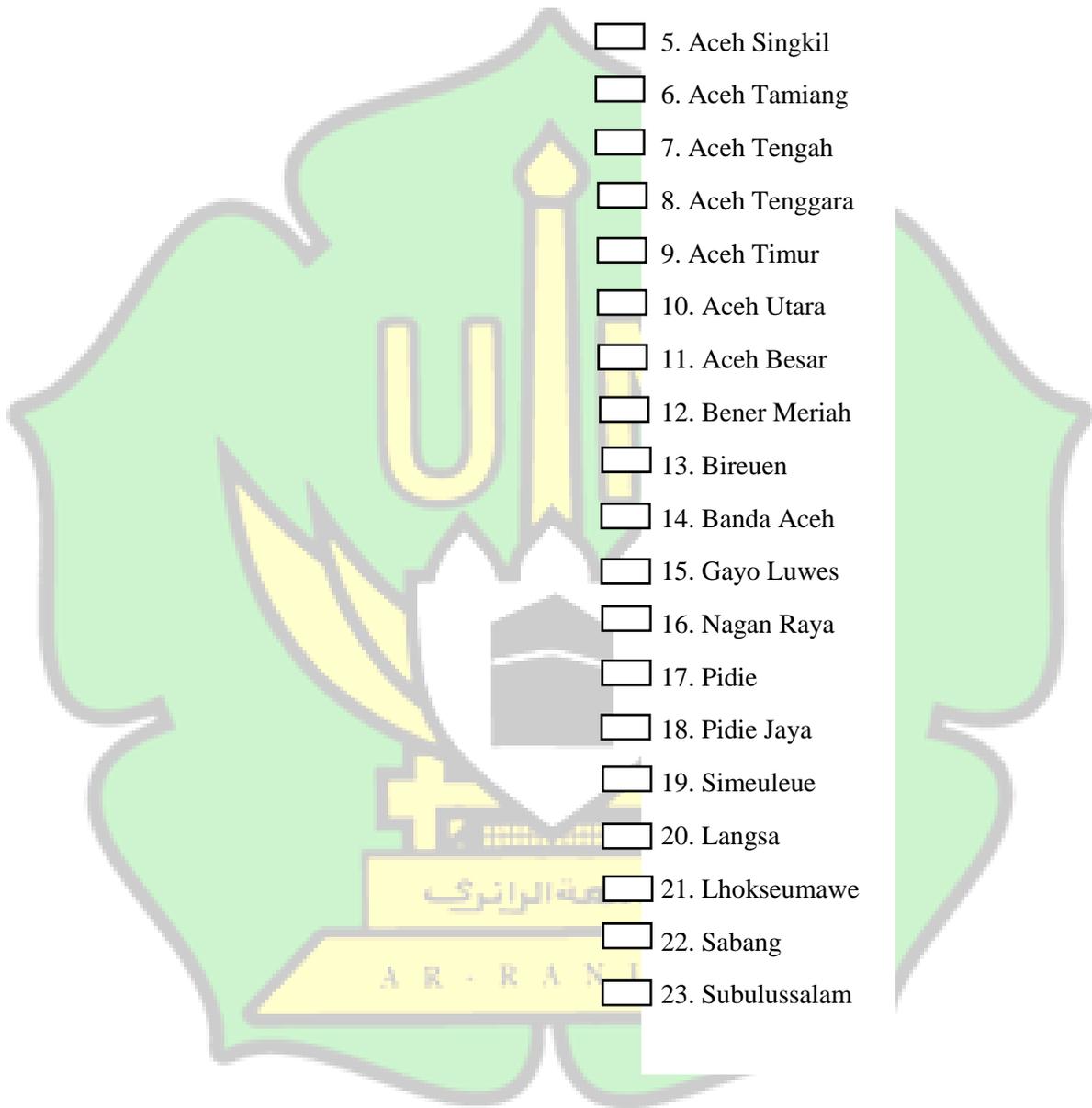
Jawablah pernyataan berikut dengan memberikan tanda (X) pada pilihan jawaban yang menurut anda sesuai.

Karakteristik Responden

- A. Jenis Kelamin : 1. Pria 2. Wanita
- B. Umur : 1. <17 Tahun
 2. 17 – 20 Tahun
 3. 21 – 24 Tahun
 4. >24 Tahun
- C. Angkatan/Leting : 1. <2014
 2. 2014 - 2015
 3. 2016 – 2017
 4. 2018

D. Asal daerah

- :
- 1. Aceh Barat
 - 2. Aceh Barat Daya
 - 3. Aceh Jaya
 - 4. Aceh Selatan
 - 5. Aceh Singkil
 - 6. Aceh Tamiang
 - 7. Aceh Tengah
 - 8. Aceh Tenggara
 - 9. Aceh Timur
 - 10. Aceh Utara
 - 11. Aceh Besar
 - 12. Bener Meriah
 - 13. Bireuen
 - 14. Banda Aceh
 - 15. Gayo Luwes
 - 16. Nagan Raya
 - 17. Pidie
 - 18. Pidie Jaya
 - 19. Simeuleue
 - 20. Langsa
 - 21. Lhokseumawe
 - 22. Sabang
 - 23. Subulussalam



E. Program Studi/ Prodi

:

- 1. Pendidikan Agama Islam
- 2. Pendidikan Bahasa Arab
- 3. Pendidikan Bahasa Inggris
- 4. Pendidikan Matematika
- 5. Manajemen Pendidikan Islam
- 6. Pendidikan Fisika
- 7. Pendidikan Kimia
- 8. Pendidikan Biologi
- 9. Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah
- 10. Pendidikan Islam Anak Usia Dini
- 11. Pendidikan Teknik Elektro
- 12. Pendidikan Teknologi Informasi
- 13. Bimbingan Konseling

Berikan tanda silang (X) pada jawaban yang sesuai dengan Anda. Petunjuk isian kuesioner : ada lima alternatif jawaban, yaitu :

SS = Sangat Setuju , S = Setuju, KS = Kurang Setuju, TS : Tidak Setuju, STS = Sangat Tidak Setuju.

A. Ekspektansi Kinerja

No	PERTANYAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Menurut saya Aplikasi shopee memudahkan saya dalam berbelanja					
2	Menggunakan Aplikasi shopee meningkatkan efektifitas saya dalam berbelanja					
3	Menggunakan Aplikasi shopee meningkatkan minat saya dalam berbelanja					
4	Menggunakan Aplikasi shopee					

	memungkinkan saya mendapat harga ideal					
--	--	--	--	--	--	--

B. Ekspektansi Usaha

No	PERTANYAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya paham bagaimana caranya menggunakan Aplikasi shopee					
2	Mudah bagi saya untuk menjadi terampil dalam menggunakan Aplikasi shopee					
3	Menurut saya Aplikasi shopee mudah digunakan					
4	Mudah bagi saya mengoperasikan fitur-fitur yang ada di Aplikasi shopee					

C. Pengaruh Sosial

No	PERTANYAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Orang yang mempengaruhi perilaku saya berfikir bahwa saya harus menggunakan Aplikasi Shopee					
2	Orang yang penting bagi saya menyarankan saya menggunakan Aplikasi shopee					
3	Public Figure telah membantu/ mendorong saya untuk menggunakan Aplikasi shopee					
4	Secara umum lingkungan saya menggunakan Aplikasi shopee					

D. Kondisi Pemfasilitasi

No	PERTANYAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya memiliki sumberdaya yang diperlukan untuk menggunakan Aplikasi shopee (misalnya : komputer, laptop, smartpone, internet)					
2	Saya memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan Aplikasi shopee (misalnya : mengerti cara menggunakan smartpone)					
3	Aplikasi shopee kompatibel dengan sistem lain yang saya gunakan					
4	Tersedia fitur khusus yang membantu saya jika mengalami kesulitan menggunakan Aplikasi shopee					

E. Behavioral Intention

No	PERTANYAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya berniat menggunakan Aplikasi shopee ditahun berikutnya					
2	Saya memperkirakan bahwa saya akan menggunakan Aplikasi shopee ditahun berikutnya					
3	Saya berencana menggunakan Aplikasi shopee ditahun berikutnya					

Lampiran 5

Karakteristik Responden

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pria	17	17,0	17,0	17,0
Wanita	83	83,0	83,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Umur

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 17 Tahun	1	1,0	1,0	1,0
17 - 20 Tahun	31	31,0	31,0	32,0
21 - 24 Tahun	67	67,0	67,0	99,0
> 24 Tahun	1	1,0	1,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Leting

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 2014	17	17,0	17,0	17,0
2014 - 2015	54	54,0	54,0	71,0
2016 - 2017'	19	19,0	19,0	90,0
2018	10	10,0	10,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Lampiran 6

Tanggapan Responden

a. Ekspektansi Kinerja

Statistics

		EK1 Menurut saya aplikasi shopee memudahkan saya dalam berbelanja	EK2 Menggunakan Aplikasi shopee meningkatkan efektifitas saya dalam berbelanja	EK3 Menggunakan Aplikasi shopee meningkatkan minat saya dalam berbelanja	EK4 Menggunakan Aplikasi shopee memungkinkan saya mendapat harga ideal
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0
Mean		4,3500	4,0800	3,9600	4,2900

EK1 Menurut saya aplikasi shopee memudahkan saya dalam berbelanja

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Setuju	2	2,0	2,0	2,0
Setuju	61	61,0	61,0	63,0
Sangat Setuju	37	37,0	37,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

EK2 Menggunakan Aplikasi shopee meningkatkan efektifitas saya dalam berbelanja

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	3	3,0	3,0	3,0
Kurang Setuju	9	9,0	9,0	12,0
Setuju	65	65,0	65,0	77,0
Sangat Setuju	23	23,0	23,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

EK3 Menggunakan Aplikasi shopee meningkatkan minat saya dalam berbelanja

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	1	1,0	1,0	1,0
Tidak Setuju	6	6,0	6,0	7,0
Kurang Setuju	15	15,0	15,0	22,0
Setuju	52	52,0	52,0	74,0
Sangat Setuju	26	26,0	26,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

EK4 Menggunakan Aplikasi shopee memungkinkan saya mendapat harga ideal

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Setuju	9	9,0	9,0	9,0
Setuju	53	53,0	53,0	62,0
Sangat Setuju	38	38,0	38,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

b. Ekspektasi Usaha

Statistics

		EU1 Saya paham bagaimana caranya menggunakan Aplikasi shopee	EU2 Mudah bagi saya untuk menjadi terampil dalam menggunakan Aplikasi shopee	EU3 Menurut saya Aplikasi shopee mudah digunakan	EU4 Mudah bagi saya mengoperasikan fitur-fitur yang ada di Aplikasi shopee
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0
Mean		4,3300	4,1700	4,3700	4,1300

EU1 Saya paham bagaimana caranya menggunakan Aplikasi shopee

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Setuju	10	10,0	10,0	10,0
Setuju	47	47,0	47,0	57,0
Sangat Setuju	43	43,0	43,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

EU2 Mudah bagi saya untuk menjadi terampil dalam menggunakan Aplikasi shopee

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	1	1,0	1,0	1,0
Kurang Setuju	10	10,0	10,0	11,0
Setuju	60	60,0	60,0	71,0
Sangat Setuju	29	29,0	29,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

EU3 Menurut saya Aplikasi shopee mudah digunakan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Setuju	3	3,0	3,0	3,0
Setuju	57	57,0	57,0	60,0
Sangat Setuju	40	40,0	40,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

EU4 Mudah bagi saya mengoperasikan fitur-fitur yang ada di Aplikasi shopee

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	2	2,0	2,0	2,0
Kurang Setuju	13	13,0	13,0	15,0

Setuju	55	55,0	55,0	70,0
Sangat Setuju	30	30,0	30,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

c. Pengaruh Sosial

Statistics

		PS1 Orang yang mempengaruhi perilaku saya berfikir bahwa saya harus menggunakan Aplikasi shopee	PS2 Orang yang penting bagi saya menyarankan saya menggunakan Aplikasi shopee	PS3 Public figure telah membantu/mendorong saya untuk menggunakan Aplikasi shopee	PS4 Secara umum lingkungan saya menggunakan Aplikasi shopee
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0
Mean		3,3900	3,3700	3,5600	3,8200

PS1 Orang yang mempengaruhi perilaku saya berfikir bahwa saya harus menggunakan Aplikasi shopee

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	4	4,0	4,0	4,0
	Tidak Setuju	9	9,0	9,0	13,0
	Kurang Setuju	41	41,0	41,0	54,0
	Setuju	36	36,0	36,0	90,0
	Sangat Setuju	10	10,0	10,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

PS2 Orang yang penting bagi saya menyarankan saya menggunakan Aplikasi shopee

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	7	7,0	7,0	7,0
	Tidak Setuju	12	12,0	12,0	19,0

Kurang Setuju	29	29,0	29,0	48,0
Setuju	41	41,0	41,0	89,0
Sangat Setuju	11	11,0	11,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

PS3 Public figure telah membantu/ mendorong saya untuk menggunakan Aplikasi shopee

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	3	3,0	3,0	3,0
Tidak Setuju	14	14,0	14,0	17,0
Kurang Setuju	23	23,0	23,0	40,0
Setuju	44	44,0	44,0	84,0
Sangat Setuju	16	16,0	16,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

PS4 Secara umum lingkungan saya menggunakan Aplikasi shopee

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	1	1,0	1,0	1,0
Tidak Setuju	7	7,0	7,0	8,0
Kurang Setuju	18	18,0	18,0	26,0
Setuju	57	57,0	57,0	83,0
Sangat Setuju	17	17,0	17,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

d. Kondisi Pemfalitasasi

جامعة الرانيري

AR - RANIRY

Statistics

		KP1 Saya memiliki sumberdaya yang diperlukan untuk menggunakan Aplikasi shopee (misalnya : komputer, laptop, smartphone, internet)	KP2 Saya memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan Aplikasi shopee (misalnya : mengerti cara menggunakan smartphone)	KP3 Aplikasi shopee kompatibel dengan sistem lain yang saya gunakan	KP4 Tersedia fitur khusus yang membantu saya jika mengalami kesulitan menggunakan Aplikasi shopee
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0
Mean		4,3500	4,3100	3,9600	3,8500

KP1 Saya memiliki sumberdaya yang diperlukan untuk menggunakan Aplikasi shopee (misalnya : komputer, laptop, smartphone, internet)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	5	5,0	5,0	5,0
	Setuju	55	55,0	55,0	60,0
	Sangat Setuju	40	40,0	40,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

جامعة الرانيرى

AR - RANIRY

KP2 Saya memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan Aplikasi shopee (misalnya : mengerti cara menggunakan smartphone)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	1	1,0	1,0	1,0
Tidak Setuju	1	1,0	1,0	2,0
Kurang Setuju	7	7,0	7,0	9,0
Setuju	48	48,0	48,0	57,0
Sangat Setuju	43	43,0	43,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

KP3 Aplikasi shopee kompatibel dengan sistem lain yang saya gunakan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	2	2,0	2,0	2,0
Kurang Setuju	17	17,0	17,0	19,0
Setuju	64	64,0	64,0	83,0
Sangat Setuju	17	17,0	17,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

KP4 Tersedia fitur khusus yang membantu saya jika mengalami kesulitan menggunakan Aplikasi shopee

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	4	4,0	4,0	4,0
Kurang Setuju	22	22,0	22,0	26,0
Setuju	59	59,0	59,0	85,0
Sangat Setuju	15	15,0	15,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

e. Behavioral Intention

Statistics

		BI1 Saya berniat menggunakan Aplikasi shopee ditahun berikutnya	BI2 Saya memperkirakan bahwa saya akan menggunakan Aplikasi shopee ditahun berikutnya	BI3 Saya berencana menggunakan Aplikasi shopee ditahun berikutnya
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0
Mean		4,0500	4,0300	4,0200

BI1 Saya berniat menggunakan Aplikasi shopee ditahun berikutnya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2,0	2,0	2,0
	Kurang Setuju	14	14,0	14,0	16,0
	Setuju	61	61,0	61,0	77,0
	Sangat Setuju	23	23,0	23,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

BI2 Saya memperkirakan bahwa saya akan menggunakan Aplikasi shopee ditahun berikutnya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2,0	2,0	2,0
	Kurang Setuju	15	15,0	15,0	17,0
	Setuju	61	61,0	61,0	78,0
	Sangat Setuju	22	22,0	22,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**BI3 Saya berencana menggunakan Aplikasi shopee ditahun
berikutnya**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	3	3,0	3,0	3,0
Kurang Setuju	15	15,0	15,0	18,0
Setuju	59	59,0	59,0	77,0
Sangat Setuju	23	23,0	23,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	



Lampiran 7

Uji Validitas

a. Variabel Independen

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,781
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	735,755
	df	120
	Sig.	,000

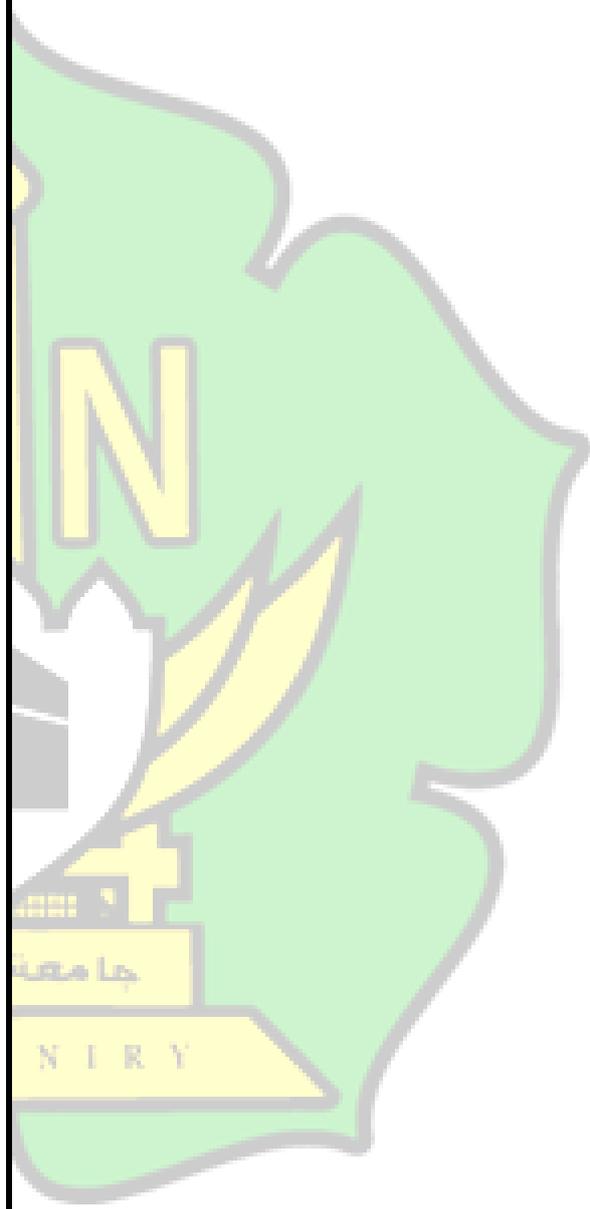
Communalities

	Initial	Extraction
EK1 Menurut saya aplikasi shopee memudahkan saya dalam berbelanja	1,000	,651
EK2 Menggunakan Aplikasi shopee meningkatkan efektifitas saya dalam berbelanja	1,000	,655
EK3 Menggunakan Aplikasi shopee meningkatkan minat saya dalam berbelanja	1,000	,655

EK4 Menggunakan Aplikasi shopee memungkinkan saya mendapat harga ideal	1,000	,628
EU1 Saya paham bagaimana caranya menggunakan Aplikasi shopee	1,000	,772
EU2 Mudah bagi saya untuk menjadi terampil dalam menggunakan Aplikasi shopee	1,000	,646
EU3 Menurut saya Aplikasi shopee mudah digunakan	1,000	,737
EU4 Mudah bagi saya mengoperasi fitur-fitur yang ada di Aplikasi shopee	1,000	,717
PS1 Orang yang mempengaruhi perilaku saya berfikir bahwa saya harus menggunakan Aplikasi shopee	1,000	,670
PS2 Orang yang penting bagi saya menyarankan saya menggunakan Aplikasi shopee	1,000	,703



PS3 Public figure telah membantu/ mendorong saya untuk menggunakan Aplikasi shopee	1,000	,669
PS4 Secara umum lingkungan saya menggunakan Aplikasi shopee	1,000	,548
KP1 Saya memiliki sumberdaya yang diperlukan untuk menggunakan Aplikasi shopee (misalnya : komputer, laptop, smartphone, internet)	1,000	,617
KP2 Saya memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan Aplikasi shopee (misalnya : mengerti cara menggunakan smartphone)	1,000	,540
KP3 Aplikasi shopee kompatibel dengan sistem lain yang saya gunakan	1,000	,759
KP4 Tersedia fitur khusus yang membantu saya jika mengalami kesulitan menggunakan Aplikasi shopee	1,000	,610



Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component			
	1	2	3	4
EK1 Menurut saya aplikasi shopee memudahkan saya dalam berbelanja	,699	-,182	-,331	,138
EK2 Menggunakan Aplikasi shopee meningkatkan efektifitas saya dalam berbelanja	,695	,154	-,293	,250
EK3 Menggunakan Aplikasi shopee meningkatkan minat saya dalam berbelanja	,585	,249	-,491	,092
EK4 Menggunakan Aplikasi shopee memungkinkan saya mendapat harga ideal	,768	-,053	-,189	,012
EU1 Saya paham bagaimana caranya menggunakan Aplikasi shopee	,654	-,515	,173	,221
EU2 Mudah bagi saya untuk menjadi terampil dalam menggunakan Aplikasi shopee	,683	-,387	,166	,049

EU3 Menurut saya Aplikasi shopee mudah digunakan	,669	-,381	,029	,378
EU4 Mudah bagi saya mengoperasi fitur-fitur yang ada di Aplikasi shopee	,586	-,261	,478	,277
PS1 Orang yang mempengaruhi perilaku saya berfikir bahwa saya harus menggunakan Aplikasi shopee	,359	,695	-,071	,230
PS2 Orang yang penting bagi saya menyarankan saya menggunakan Aplikasi shopee	,357	,723	,217	,078
PS3 Public figure telah membantu/ mendorong saya untuk menggunakan Aplikasi shopee	,228	,564	,511	,195
PS4 Secara umum lingkungan saya menggunakan Aplikasi shopee	,537	,404	-,282	-,126

<p>KP1 Saya memiliki sumberdaya yang diperlukan untuk menggunakan Aplikasi shopee (misalnya : komputer, laptop, smartphone, internet)</p>	,586	-,108	-,052	-,510
<p>KP2 Saya memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan Aplikasi shopee (misalnya : mengerti cara menggunakan smartphone)</p>	,513	-,181	,132	-,477
<p>KP3 Aplikasi shopee kompatibel dengan sistem lain yang saya gunakan</p>	,686	,088	,085	-,523
<p>KP4 Tersedia fitur khusus yang membantu saya jika mengalami kesulitan menggunakan Aplikasi shopee</p>	,573	,290	,400	-,195

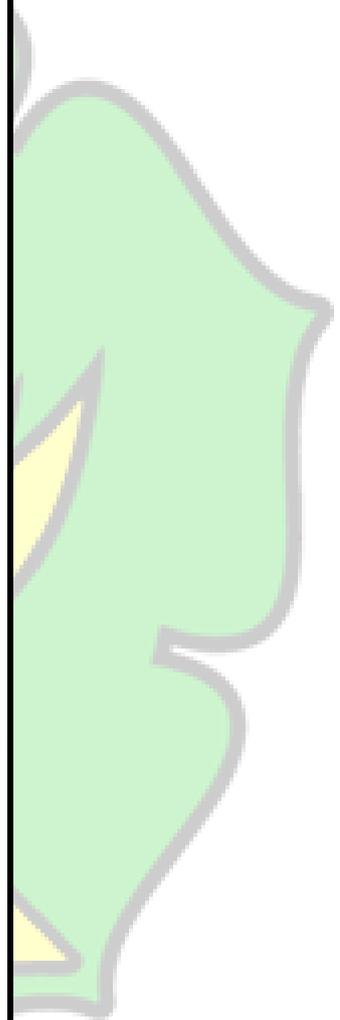
Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 4 components extracted.

Rotated Component Matrix^a

	Component			
	1	2	3	4
EK1 Menurut saya aplikasi shopee memudahkan saya dalam berbelanja	,467	,615	,205	-,110
EK2 Menggunakan Aplikasi shopee meningkatkan efektifitas saya dalam berbelanja	,343	,703	,088	,190
EK3 Menggunakan Aplikasi shopee meningkatkan minat saya dalam berbelanja	,082	,788	,133	,098
EK4 Menggunakan Aplikasi shopee memungkinkan saya mendapat harga ideal	,428	,561	,356	,062
EU1 Saya paham bagaimana caranya menggunakan Aplikasi shopee	,839	,130	,205	-,091
EU2 Mudah bagi saya untuk menjadi terampil dalam menggunakan Aplikasi shopee	,703	,156	,356	-,019
EU3 Menurut saya Aplikasi shopee mudah digunakan	,796	,315	,050	-,033

EU4 Mudah bagi saya mengoperasikan fitur-fitur yang ada di Aplikasi shopee	,789	-,053	,147	,264
PS1 Orang yang mempengaruhi perilaku saya berfikir bahwa saya harus menggunakan Aplikasi shopee	-,092	,500	-,073	,637
PS2 Orang yang penting bagi saya menyarankan saya menggunakan Aplikasi shopee	-,079	,262	,093	,787
PS3 Public figure telah membantu/ mendorong saya untuk menggunakan Aplikasi shopee	,090	-,055	-,020	,811
PS4 Secara umum lingkungan saya menggunakan Aplikasi shopee	-,061	,608	,311	,280
KP1 Saya memiliki sumberdaya yang diperlukan untuk menggunakan Aplikasi shopee (misalnya : komputer, laptop, smartphone, internet)	,156	,241	,730	-,049



<p>KP2 Saya memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan Aplikasi shopee (misalnya : mengerti cara menggunakan smartphone)</p> <p>KP3 Aplikasi shopee kompatibel dengan sistem lain yang saya gunakan</p> <p>KP4 Tersedia fitur khusus yang membantu saya jika mengalami kesulitan menggunakan Aplikasi shopee</p>	,233	,047	,695	-,019
	,149	,249	,797	,202
	,229	,069	,490	,559

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.^a

a. Rotation converged in 6 iterations.

Component Transformation Matrix

Component	1	2	3	4
1	,597	,562	,507	,266
2	-,557	,290	-,072	,775
3	,348	-,751	,139	,544
4	,461	,188	-,848	,182

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser

Normalization.

b. Dependen

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,750
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	248,682
	df	3
	Sig.	,000

Communalities

	Initial	Extraction
BI1 Saya berniat menggunakan Aplikasi shopee ditahun berikutnya	1,000	,850
BI2 Saya memperkirakan bahwa saya akan menggunakan Aplikasi shopee ditahun berikutnya	1,000	,881
BI3 Saya berencana menggunakan Aplikasi shopee ditahun berikutnya	1,000	,912

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2,643	88,114	88,114	2,643	88,114	88,114
2	,228	7,617	95,731			
3	,128	4,269	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component
	1
BI1 Saya berniat menggunakan Aplikasi shopee ditahun berikutnya	,922

BI2 Saya memperkirakan bahwa saya akan menggunakan Aplikasi shopee ditahun berikutnya	,939
BI3 Saya berencana menggunakan Aplikasi shopee ditahun berikutnya	,955

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

Lampiran 8

Uji Reliabilitas

a. Ekspekansi Kinerja

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,790	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
EK1 Menurut saya aplikasi shopee memudahkan saya dalam berbelanja	4,3500	,51981	100
EK2 Menggunakan Aplikasi shopee meningkatkan efektifitas saya dalam berbelanja	4,0800	,66180	100

EK3 Menggunakan Aplikasi shopee meningkatkan minat saya dalam berbelanja	3,9600	,86363	100
EK4 Menggunakan Aplikasi shopee memungkinkan saya mendapat harga ideal	4,2900	,62434	100

b. Ekspektansi usaha

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,844	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
EU1 Saya paham bagaimana caranya menggunakan Aplikasi shopee	4,3300	,65219	100
EU2 Mudah bagi saya untuk menjadi terampil dalam menggunakan Aplikasi shopee	4,1700	,63652	100
EU3 Menurut saya Aplikasi shopee mudah digunakan	4,3700	,54411	100

EU4 Mudah bagi saya mengoperasi fitur-fitur yang ada di Aplikasi shopee	4,1300	,70575	100
---	--------	--------	-----

c. Pengaruh Sosial

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,727	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
PS1 Orang yang mempengaruhi perilaku saya berfikir bahwa saya harus menggunakan Aplikasi shopee	3,3900	,93090	100
PS2 Orang yang penting bagi saya menyarankan saya menggunakan Aplikasi shopee	3,3700	1,06035	100

PS3 Public figure telah membantu/ mendorong saya untuk menggunakan Aplikasi shopee	3,5600	1,01822	100
PS4 Secara umum lingkungan saya menggunakan Aplikasi shopee	3,8200	,83339	100

d. Kondisi pemfasilitasi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,733	4

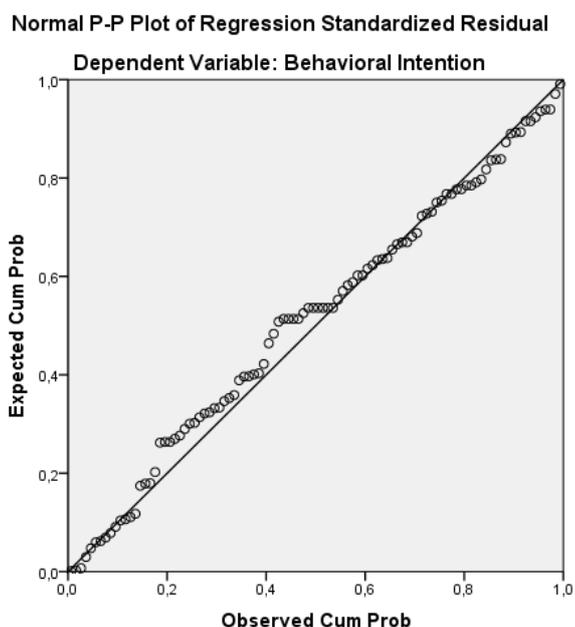
Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
KP1 Saya memiliki sumberdaya yang diperlukan untuk menggunakan Aplikasi shopee (misalnya : komputer, laptop, smartphone, internet)	4,3500	,57516	100

<p>KP2 Saya memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan Aplikasi shopee (misalnya : mengerti cara menggunakan smartphone)</p>	4,3100	,73437	100
<p>KP3 Aplikasi shopee kompatibel dengan sistem lain yang saya gunakan</p>	3,9600	,65010	100
<p>KP4 Tersedia fitur khusus yang membantu saya jika mengalami kesulitan menggunakan Aplikasi shopee</p>	3,8500	,71598	100

Lampiran 9

Uji Normalitas



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Standardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,97958969
	Most Extreme Differences	
	Absolute	,088
	Positive	,038
	Negative	-,088
Test Statistic		,088
Asymp. Sig. (2-tailed)		,054 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Lampiran 10

Uji Hipotesis

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,654 ^a	,428	,404	,49678	,428	17,782	4	95	,000

a. Predictors: (Constant), Kondisi Pemfasilitasi, Pengaruh Sosial, Ekspektansi Usaha, Ekspektansi Kinerja

b. Dependent Variable: Behavioral Intention

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	17,554	4	4,389	17,782	,000 ^b
	Residual	23,446	95	,247		
	Total	41,000	99			

a. Dependent Variable: Behavioral Intention

b. Predictors: (Constant), Kondisi Pemfasilitasi, Pengaruh Sosial, Ekspektansi Usaha, Ekspektansi Kinerja

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,158	,503		-,314	,755
	Ekspektansi Kinerja	,263	,124	,217	2,123	,036
	Ekspektansi Usaha	,334	,119	,273	2,802	,006
	Pengaruh Sosial	,172	,079	,192	2,177	,032
	Kondisi Pemfasilitasi	,259	,125	,201	2,071	,041

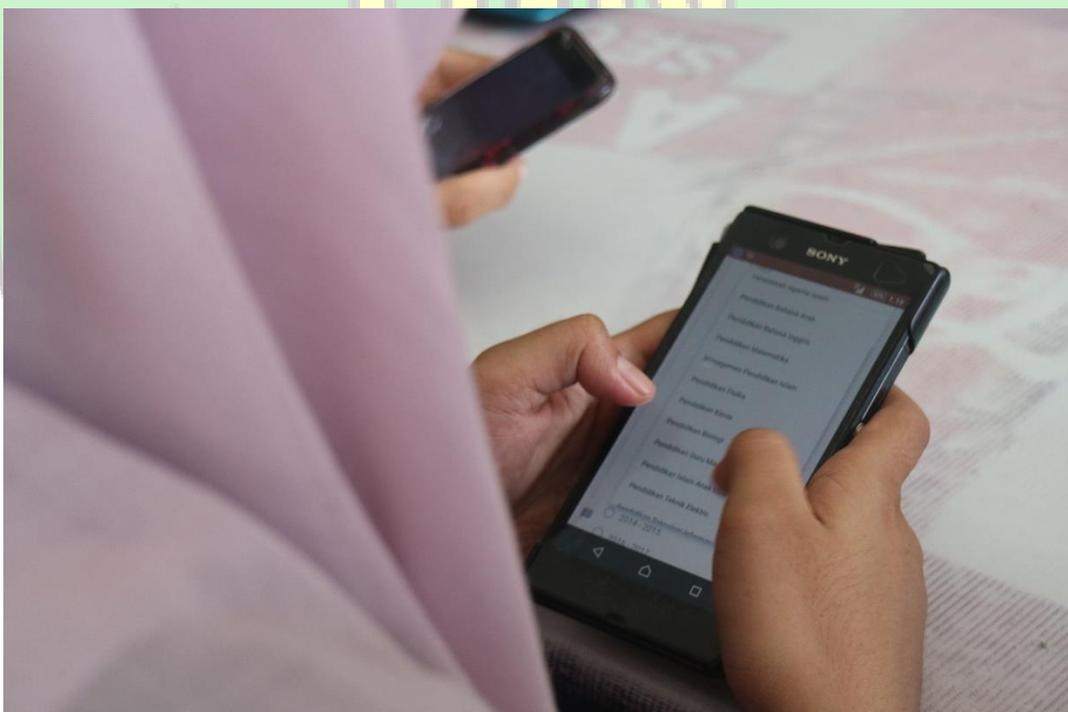
a. Dependent Variable: Behavioral Intention

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	3,1297	4,9830	4,0333	,42109	100
Residual	-1,49742	1,17442	,00000	,48665	100
Std. Predicted Value	-2,146	2,255	,000	1,000	100
Std. Residual	-3,014	2,364	,000	,980	100

a. Dependent Variable: Behavioral Intention

Dokumentasi Penelitian





DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. Nama : Hanifah Oktana Putri
2. Tempat/ Tanggal Lahir : Padang Kleng / 30 Oktober 1995
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Agama : Islam
5. Kebangsaan/Suku : Indonesia/Aceh
6. Status : Belum Kawin
7. Alamat : Desa Padang Kleng Kec Teunom
8. Pekerjaan/ NIM : Mahasiswa/140212058
9. Email : lucciferhilton@gmail.com
10. Nama Orang Tua
 - a. Ayah : Yuslem (Alm)
 - b. Ibu : Ariani
 - c. Pekerjaan Ayah : -
 - d. Pekerjaan Ibu : PNS
 - e. Alamat : Desa Padang Kleng Kec Teunom
11. Pendidikan
 - a. SD : SDN 4 Teunom. Tahun 2001-2007
 - b. SMP : SMPN 1 Teunom , Tahun 2007-2010
 - c. SMA : MAN Darul Ulum Banda Aceh Tahun 2010-2013
 - d. Perguruan Tinggi : UIN Ar-Raniry Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
Program Studi Pendidikan Teknologi Informasi masuk
Tahun 2014

Banda Aceh, 1 Januari 2019

Hanifah Oktana Putri