

**ANALISIS PERILAKU PENGGUNAAN *SHOPEE* DAN *TIKTOK SHOP*
DALAM BERBELANJA MAHASISWA MENGGUNAKAN UTAUT 2**

SKRIPSI



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

Disusun Oleh:

**WINDARI TRI MASTUTI
09010621019**

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
2025**

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : WINDARI TRI MASTUTI

NIM : 09010621019

Program Studi : SISTEM INFORMASI

Angkatan : 2021

Menyatakan bahwa saya tidak melakukan plagiat dalam penulisan skripsi saya yang berjudul: “ANALISIS PERBANDINGAN *SHOPEE* DAN *TIKTOK SHOP* DALAM PERILAKU BERBELANJA MAHASISWA MENGGUNAKAN *UTAUT 2*”. Apabila suatu saat nanti terbukti saya melakukan tindakan plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi yang telah ditetapkan.

Demikian pernyataan keaslian ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 04 Maret 2025

Yang menyatakan,



(WINDARI TRI MASTUTI)

NIM 09010621019

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

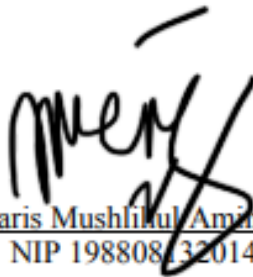
Skripsi oleh

NAMA : WINDARI TRI MASTUTI
NIM : 09010621019
JUDUL : ANALISIS PERBANDINGAN *SHOPEE* DAN *TIKTOK SHOP*
DALAM PERILAKU BERBELANJA MAHASISWA
MENGUNAKAN UTAUT 2

Ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

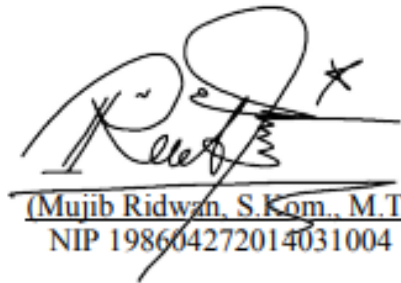
Surabaya, 27 Februari 2025

Dosen Pembimbing 1



(Faris Mushlikul Amin, M. Kom)
NIP 198808132014031001

Dosen Pembimbing 2



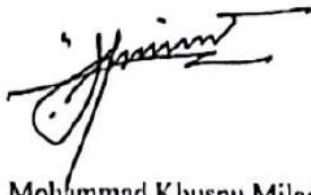
(Mujib Ridwan, S.Kom., M.T)
NIP 198604272014031004

PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Skripsi Windari Tri Mastuti ini telah
dipertahankan di depan tim penguji skripsi
di Surabaya, 12 Maret 2025

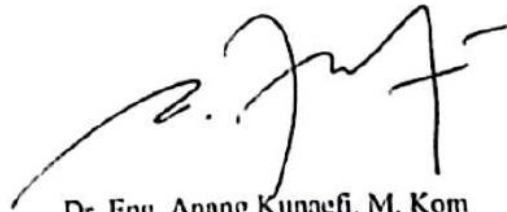
Mengesahkan,
Dewan Penguji

Dosen Penguji I



Mohammad Khusnu Milad, M. MT
NIP. 197901292014031002

Dosen Penguji II



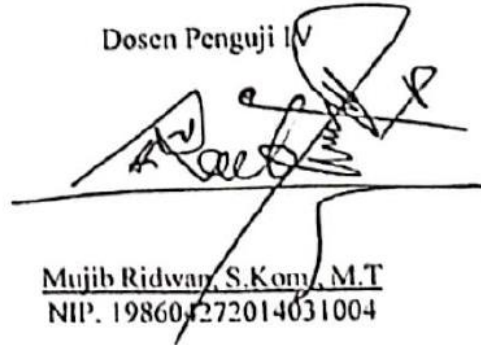
Dr. Eng. Anang Kunaefi, M. Kom
NIP. 197911132014031001

Dosen Penguji III



Faris Muslihul Amin, M. Kom
NIP. 198808132014031001

Dosen Penguji IV



Mujib Ridwan, S. Kom, M.T
NIP. 198604272014031004

Mengetahui,

Dekan Fakultas Sains dan Teknologi

UIN Sunan Ampel Surabaya



Dr. A. Saepul Hamdani, M.Pd
NIP. 196507312000031002



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax. 031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Windari Tri Mastuti
NIM : 09010621019
Fakultas/Jurusan : Sains dan Teknologi / Sistem Informasi
E-mail address : windaritrims@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

ANALISIS PERILAKU PENGGUNAAN SHOPEE DAN TIKTOK SHOP DALAM
BERBELANJA MAHASISWA MENGGUNAKAN UTAUT 2

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya,

Penulis

(WINDARI TRI MASTUTI)

ABSTRAK

Kemajuan teknologi mendorong pertumbuhan pesat *e-Commerce* di Indonesia, yaitu *Shopee* dan *Tiktok Shop* dengan didominasi pengguna oleh generasi Z, termasuk mahasiswa. Meskipun kebanyakan mahasiswa termasuk dengan mahasiswa UINSA memiliki keterbatasan waktu dan finansial, kebutuhan dan gaya hidup digital yang tinggi, mereka memiliki keterkaitan yang erat dengan penerapan penggunaan *e-Commerce* di kehidupan sehari-hari. Maka, diperlukan pengidentifikasian terkait perilaku berbelanja dari kebanyakan mahasiswa UINSA dalam memenuhi kebutuhan serta preferensi mereka terhadap penggunaan *e-Commerce* pada *Shopee* dan *Tiktok Shop* menggunakan UTAUT 2 yang lebih berfokuskan terhadap penggunaan teknologi yang telah ada. Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif deskriptif dengan menganalisis dan mengukur variabel-variabel yang ditentukan melalui persebaran kuesioner terhadap 130 responden yang mewakili seluruh fakultas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Faktor yang berpengaruh terhadap kebiasaan belanja mahasiswa di *e-Commerce* meliputi *Effort Expectancy* (EE), *Hedonic Motivation* (HM), *Price Value* (PRV), *Habit* (H), dan *Facilitating Conditions* (FC) terhadap *Behavioral Intention* (BI). Selain itu, *Habit* dan *Behavioral Intention* juga memengaruhi *Use Behavior* (UB), menegaskan bahwa kebiasaan dan niat pengguna memiliki peran penting dalam penggunaan *e-Commerce*. Selain itu, karakteristik demografis juga memengaruhi preferensi mahasiswa dalam menggunakan *Shopee* atau *TikTok Shop*.

Kata kunci: UTAUT 2; Kebiasaan Belanja; *E-Commerce*; PLS-SEM

ABSTRACT

Technological advances encourage the rapid growth of e-Commerce in Indonesia, namely Shopee and Tiktok Shop with users dominated by generation Z, including university students. Although most students, including UINSA students, have limited time and finances, high digital needs and lifestyles, they are closely related to the application of e-Commerce usage in their daily lives. So, it is necessary to identify the shopping behavior of most UINSA students in meeting their needs and preferences for the use of e-Commerce on Shopee and Tiktok Shop using UTAUT 2 which focuses more on the use of existing technology. The research method used is descriptive quantitative by analyzing and measuring the variables determined through distributing questionnaires to 130 respondents representing all faculties. The results showed that factors that influence student shopping habits in e-Commerce include Effort Expectancy (EE), Hedonic Motivation (HM), Price Value (PRV), Habit (H), and Facilitating Conditions (FC) to Behavioral Intention (BI). In addition, Habit and Behavioral Intention also influence Use Behavior (UB), confirming that user habits and intentions have an important role in e-Commerce usage. In addition, demographic characteristics also influence students' preferences in using Shopee or TikTok Shop.

Keywords: UTAUT 2; Shopping Habits; E-Commerce; PLS-SEM

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI	iii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	3
1.3. Batasan Masalah	3
1.4. Tujuan Penelitian	3
1.5. Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu	5
2.2. Landasan Teori	8
2.2.1. Adopsi Teknologi	8
2.2.2. <i>E-Commerce</i>	14
2.2.3. Aplikasi Shopee	14

2.2.4.	Tiktok Shop.....	14
2.2.5.	Jenis Penelitian.....	15
2.2.6.	Teknik Pengambilan Sampel.....	17
2.2.7.	<i>Partial Least Square – Structural Equation Modeling (PLS-SEM)</i>	18
2.3.	Integrasi Keilmuan.....	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		22
3.1.	Metode Penelitian	22
3.2.	Alur Penelitian	22
3.3.	Identifikasi Masalah.....	23
3.4.	Studi Literatur	23
3.5.	Perancangan Model Penelitian.....	23
3.6.	Perumusan Hipotesis.....	24
3.7.	Penentuan Populasi dan Sampel	27
3.8.	Penyusunan Kuesioner.....	28
3.9.	Validitas Kuesioner	37
3.10.	Pengumpulan Data	38
3.11.	Analisis Data.....	38
3.11.1.	<i>Outer Model</i>	38
3.11.2.	<i>Inner Model</i>	39
3.12.	Interpretasi Hasil Laporan.....	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		41
4.1.	Deskripsi Objek Penelitian.....	41
4.2.	Pengumpulan Data	42
4.3.	Validitas Kuesioner	43
4.4.	Demografi Responden	47
4.4.1.	Jenis Kelamin Responden	47

4.4.2.	Fakultas Responden	48
4.4.3.	Angkatan Responden	49
4.4.4.	Frekuensi Transaksi Penggunaan <i>Shopee</i>	49
4.4.5.	Frekuensi Transaksi Penggunaan <i>Tiktok Shop</i>	50
4.5.	Analisis Deskriptif Data.....	51
4.5.1.	<i>Performance Expectancy</i> (PE).....	52
4.5.2.	<i>Effort Expectancy</i> (EE)	52
4.5.3.	<i>Social Influence</i> (SI)	52
4.5.4.	<i>Facilitating Conditions</i> (FC).....	53
4.5.5.	<i>Hedonic Motivation</i> (HM)	53
4.5.6.	<i>Price Value</i> (PRV).....	54
4.5.7.	<i>Habit</i> (H).....	54
4.5.8.	<i>Behavioral Intention</i> (BI).....	55
4.5.9.	<i>Use Behavior</i> (UB)	55
4.5.10.	Frekuensi berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
4.5.11.	Frekuensi berdasarkan Angkatan	56
4.5.12.	Frekuensi dan Persentase berdasarkan Fakultas	57
4.6.	Analisis Data	57
4.6.1.	<i>Outer Model</i>	58
4.6.2.	<i>Inner Model</i>	62
4.7.	Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis	67
4.7.1.	H1 : <i>Performance Expectancy</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Behavioral Intention</i>	67
4.7.2.	H2 : <i>Effort Expectancy</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Behavioral Intention</i>	67
4.7.3.	H3 : <i>Social Influence</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Behavioral Intention</i>	68
4.7.4.	H4 : <i>Hedonic Motivation</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Behavioral Intention</i>	69
4.7.5.	H5 : <i>Price Value</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Behavioral Intention</i>	70

4.7.6.	H6 : <i>Habit</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Behavioral IntentionI</i>	70
4.7.7.	H7 : <i>Facilitating Conditions</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Behavioral Intention</i>	71
4.7.8.	H8 : <i>Habit</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Use Behavior</i>	71
4.7.9.	H9 : <i>Facilitating Conditions</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Use Behavior</i>	72
4.7.10.	H10 : <i>Behavioral Intention</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Use Behavior</i>	73
4.8.	Rekomendasi.....	74
BAB V PENUTUP.....		75
5.1.	Kesimpulan	75
5.2.	Saran	75
DAFTAR PUSTAKA.....		77
LAMPIRAN.....		84

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Technology Acceptance Model	9
Gambar 2. 2 <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i>	10
Gambar 2. 3 <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2</i>	11
Gambar 2. 4 <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 3</i>	13
Gambar 3. 1 Alur Penelitian.....	22
Gambar 3. 2 Rancangan Model Penelitian.....	24
Gambar 4. 1 Tampilan Link Google Form.....	42
Gambar 4. 2 Penyebaran Kuesioner dengan Aplikasi Whatsapp.....	43
Gambar 4. 3 Persentase Jenis Kelamin Responden	48
Gambar 4. 4 Persentase Fakultas Responden.....	49
Gambar 4. 5 Persentase Angkatan Responden.....	49
Gambar 4. 6 Frekuensi Transaksi Penggunaan Shopee	50
Gambar 4. 7 Frekuensi Transaksi Penggunaan Tiktok Shop	51
Gambar 4. 8 Model Struktural	62
Gambar 4. 9 Hasil pengujian Model Penelitian	66

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	5
Tabel 3. 1 Variabel Penelitian.....	28
Tabel 3. 2 Instrumen Penelitian Variabel Performance Expectancy	33
Tabel 3. 3 Instrumen Penelitian Variabel Effort Expectancy	33
Tabel 3. 4 Instrumen Penelitian Variabel Social Influence	34
Tabel 3. 5 Instrumen Penelitian Variabel Facilitating Conditions.....	34
Tabel 3. 6 Instrumen Penelitian Variabel Hedonic Motivation	35
Tabel 3. 7 Instrumen Penelitian Variabel Price Value	35
Tabel 3. 8 Instrumen Penelitian Variabel Habit	36
Tabel 3. 9 Instrumen Penelitian Variabel Behavioral Intention	36
Tabel 3. 10 Instrumen Penelitian Variabel Use Behavior	36
Tabel 3. 11 Skala Likert	37
Tabel 4. 1. Convergent Validity Kuesioner	44
Tabel 4. 2 Uji Fornell-Larcker Criterion	45
Tabel 4. 3 Uji Cross Loading	46
Tabel 4. 4 Uji Reliabilitas	47
Tabel 4. 5 Skala Interval Mean	51
Tabel 4. 6 Distribusi Jawaban Variabel Performance Expectancy.....	52
Tabel 4. 7 Distribusi Jawaban Variabel Effort Expectancy.....	52
Tabel 4. 8 Distribusi Jawaban Variabel Social Influence.....	53
Tabel 4. 9 Distribusi Jawaban Variabel Facilitating Conditions	53
Tabel 4. 10 Distribusi Jawaban Variabel Hedonic Motivation.....	54
Tabel 4. 11 Distribusi Jawaban Variabel Price Value.....	54
Tabel 4. 12 Distribusi Jawaban Variabel Habit	54
Tabel 4. 13 Distribusi Jawaban Variabel Behavioral Intention	55
Tabel 4. 14 Distribusi Jawaban Variabel Use Behavior	55
Tabel 4. 15 Tabel Frekuensi berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4. 16 Tabel Frekuensi berdasarkan Angkatan.....	56
Tabel 4. 17 Tabel Frekuensi Berdasarkan Fakultas.....	57

Tabel 4. 18 Hasil Convergent Validity	59
Tabel 4. 19 Hasil Fornell-Lacker Criterion	59
Tabel 4. 20 Hasil Cross Loading	60
Tabel 4. 21 Hasil Uji Reliabilitas	61
Tabel 4. 22 Hasil Uji Effect Size (F^2).....	63
Tabel 4. 23 Hasil Uji T-statistic.....	64
Tabel 4. 24 Hasil Uji Hipotesis	66
Tabel 4. 25 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis	74



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Bukti Dokumentasi Kartu KTM atau Screenshot Akun SINAU.....	84
Lampiran 2 Bukti Dokumentasi Transaksi Shopee.....	84
Lampiran 3 Bukti Dokumentasi Transaksi Tiktok Shop.....	85
Lampiran 4 Hasil Outer Loading Convergent Validity Pilot Test.....	85
Lampiran 5 Hasil AVE Convergent Validity Pilot Test.....	86
Lampiran 6 Hasil Uji Fornell-Larcker Criterion Pilot Test.....	86
Lampiran 7 Hasil Uji Cross Loading Pilot Test.....	87
Lampiran 8 Hasil Uji Reliabilitas Pilot Test	88
Lampiran 9 Hasil Outer Loading Convergent Validity Kuesioner.....	88
Lampiran 10 Hasil AVE Convergent Validity Kuesioner.....	89
Lampiran 11 Hasil Uji Fornell-Larcker Criterion Kuesioner	89
Lampiran 12 Hasil Uji Cross Loading Kuesioner.....	90
Lampiran 13 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner.....	91
Lampiran 14 Hasil Uji Effect Size (F^2) Kuesioner	91
Lampiran 15 Hasil Uji T (T-statistic) Kuesioner	91
Lampiran 16 Hasil Uji Path Coefficient, T-Statistic, dan p-Value Kuesioner.....	92

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Afiana, F. N., Subarkah, P., & Hidayat, A. K. (2019). Analisis perbandingan metode tam dan metode utaut 2 dalam mengukur kesuksesan penerapan simrs pada rumah sakit wijaya kusuma dkt purwokerto. *Jurnal Matrik*, 19(1), 17–26.
- Agustin, I. N., Samuel, Y. S., Bisnis, F., & Batam, U. I. (2023). Analisa Pengaruh Consumption Value dan Pricing terhadap Purchase Intention pada Pembelian Virtual Item pada Game Online. *JMSAB*, 7(2), 253–270.
- Ajnura, U., Ikramuddin, I., Chalirafi, C., & Subhan, M. (2024). Pengaruh Faktor Pendorong Belanja Online Terhadap Niat Perilaku Konsumen Di Kota Lhokseumawe Dengan Metode Pembayaran Cash-on-Delivery Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 18(1), 25–39.
- Amelia, F., & Syaefulloh. (2023). Analisis Penerapan Model UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) Terhadap Perilaku Pengguna Sistem Informasi (Studi Kasus : Sistem Informasi Akademik Universitas di Pekanbaru). *Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 17(6), 3853–3875.
- Anggraini, N., Kurniawan, D., Wedhasmara, A., Oktadini, N. R., Sevtiyuni, E., Rifai, A., & Sevtiyuni, P. E. (2024). Analisis Faktor Kepuasan Pengguna pada Aplikasi Transportasi Online: Pengukuran dengan Metode EUCS dan UTAUT (Studi Kasus: Aplikasi Mobile Maxim). 7(1), 19–29.
- Ariyanto, T., Herwin, H., & Sujati, H. (2023). Uji Validitas Dan Reliabilitas Konstruk Instrumen Tes Kemampuan Operasi Hitung Bilangan Bulat Menggunakan Cfa. *AKSIOMA: Jurnal Program Studi Pendidikan Matematika*, 12(3), 2977.
- Bayumi, F. (2023). Pengaruh Performance Expectancy, EffortExpectancy, Dan Facilitating Condition Terhadap Kinerja Keuangan Bank Jambi, Dengan Actual UsageSebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pengguna Aplikasi Bank Jambi Mobile). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 12(01), 14–27.
- Bulan, T. P. L., & Chandra, R. (2021). The Effect of Ewom, Digital Marketing,

- Customer Satisfaction on Customer Loyalty (Shopee Customer Survey in Pangkalan Brandan). *Jurnal Manajemen Motivasi*, 17(1), 36.
- Charismana, D. S., Retnawati, H., & Dhewantoro, H. N. S. (2022). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi. *Bhineka Tunggal Ika: Kajian Teori Dan Praktik Pendidikan PKn*, 9(2), 99–113.
- Choeron, Chusnul, R., & Nofiana, I. (2023). Kesalahan Penggunaan Teknik Sampling Pada Penelitian Kuantitatif Di Bidang Ilmu Keperawatan. *Nursing News : Jurnal Ilmiah Keperawatan*, 7(3), 195–201.
- Davis, F. D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. 13(3), 1–23.
- Desvira, N. S., & Aransyah, M. F. (2023). Analysis of Factors Influencing Interest and Behavior in Using ShopeePay Features Using the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2) Model. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi Dan Komputer)*, 12(2), 178–191.
- Ega Fahira Anggriani, Mutiah, N., & Febriyanto, F. (2023). Analisis Penerimaan Dan Kepuasan User Aplikasi Peduli Lindungi Mempgunakan Metode Utaut 2 Dan Eucs. *JSil (Jurnal Sistem Informasi)*, 10(1), 12–19.
- Faiza, I. (2021). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Use Behavioral and Behavioral Intentions Menggunakan Metode Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2) (Study Kasus : Aplikasi Blibli Mobile)*. 6.
- Farooq, M. S., Salam, M., Jaafar, N., Fayolle, A., Ayupp, K., Markovic, M. R., & Sajid, A. (2017). Acceptance and Use of Lecture Capture System (LCS) in Executive Business Studies: Extending UTAUT2. *Interactive Technology and Smart Education*, 8(3), 161–171.
- Firdaus, M. F., & Himawati, D. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Layanan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Konsumen

- E-Commerce Shopee Di Kota Depok. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 27(2), 216–230.
- Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114.
- Fitriani, N., Ikhwan, S., & Yulianto, A. (2024). Analisis Pengaruh Flash Sale, Online Customer Review dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Perilaku Konsumtif pada E Commerce TikTok Shop. *MANTAP: Journal of Management Accounting, Tax and Production*, 2(2), 666–672.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to Use and How to Report The Results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24.
- Harjadi, D., Arraniri, I., & Fatmasari, D. (2021). the Role of Atmosphere Store and Hedonic Shopping Motivation in Impulsive Buying Behavior. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 14(2), 46–52.
- Indriani, D. A., & Lestari, W. D. (2024). Pengaruh Online Customer Review, E-Service Quality Dan Price Terhadap Keputusan Pembelian Dengan E-Trust Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pengguna Lazada Di Surakarta). *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(4), 9772–9786.
- Junianto, M., Bashori, K., & Hidayah, N. (2020). Validitas dan Reliabilitas Skala Student Engagement. *Jurnal RAP (Riset Aktual Psikologi Universitas Negeri Padang)*, 11(2), 139.
- Kabukye, J. K., de Keizer, N., & Cornet, R. (2020). Assessment of Organizational Readiness to Implement an Electronic Health Record System in a Low-Resource Settings Cancer Hospital: A Cross-Sectional Survey. *PLoS ONE*, 15(6), 1–17.
- Khaerunnisa, G., Mulyana, R., & Abdurrahman, L. (2023). Pengujian Pengaruh Tata Kelola TI Terhadap Transformasi Digital Dan Kinerja Asuransi a Menggunakan Structural Equation Modeling. *JUPI (Jurnal Ilmiah Penelitian Dan Pembelajaran*

Informatika), 8(2), 381–392.

Khosasih, M. M. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Konsumen Indonesia Membeli Produk Pakaian Pada Aplikasi E-commerce Indonesia Menggunakan Model UTAUT-2. *Teknika*, 12(1), 83–89.

Kurnia Wati, S., & Gulo, N. (2024). Analisis Penggunaan Media Sosial Sebagai Alat promosi Ditinjau Dari Instagram, Facebook, Tiktok dan WhatsApp. *EKOMA : Jurnal Ekonomi*, 3(4), 1454–1464

Kusuma, T. M., & Suniantara, I. K. P. (2022). Pengaruh Pendapatan, Social Influence, dan Kondisi Ekonomi Makro Terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce. *Jurnal Perspektif*, 20(1), 31–35.

Lianto, F., & Dewi, C. (2024). Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Hedonic Motivation, Price Value Dan Habit Terhadap Customer Acceptance (Studi Pada Pengguna Layanan Maxim Di Kota Bandung). *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 11(1), 330–342.

Madeppungeng, A., Setiawati, D. N., & Murtiadi, J. (2020). Pengaruh Pemicu Internal dan Pemicu Eksternal Strategi Supply Chain Management (SCM) Terhadap Perusahaan Precast. *Jurnal Fondasi*, 9(1).

Maulana, B., & Nurmahdi, A. (2021). Analisis Perilaku Konsumen Dengan Model Modified Unified Theory of Acceptance and Use Technology 2 (UTAUT2) Pada E-Commerce Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(4).

Maulana, S., Khasanah, I., & Yusuf, A. (2023). Analisis Penerimaan Pengguna terhadap Financial Technology Bareksa Menggunakan Model UTAUT. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 12(2), 527.

Meinarni, N. P. S., Dewi, N. P. R. P., & Parwita, W. G. S. (2022). Analisis Perilaku Konsumsi Pada Marketplace (Shopee & Tokopedia) Menggunakan Model Utaut. *SINTECH (Science and Information Technology) Journal*, 5(1), 58–65.

- Meliana, P., Mutiah, N., & Rahmayuda, S. (2023). User Acceptance Analysis Dana Application E-Wallet Using UTAUT 2 and UX TAM. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi Dan Komputer)*, 12(3), 408–414.
- Mulyadi, M. N. (2022). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Lapis Talas Kujang Bogor untuk Keperluan Usaha Waralaba. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(3), 511–518.
- Pakaya, N., & Ladiku, R. (2024). Mengukur penerimaan aplikasi transportasi online menggunakan model. *Jambura Journal of Informatics*, 6(1), 64–74.
- Pramesti, A. D., & Dwiridotjahjono, J. (2022). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle terhadap Perilaku Impulse Buying pada Pengguna Shopee di Surabaya. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(5), 945–962.
- Prasetyaningtyas, S., Natalia, C., & Utami, T. (2022). Factors Affecting Gen Z Work Performance: Case Study From E-Commerce Industry in Jabodetabek. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 8(1), 12–22.
- Pratita, A. (2024). Transformasi Pendidikan Era Kecerdasan Buatan : Simplifikasi Model UTAUT 2 dalam Evaluasi Penggunaan ChatGPT oleh Siswa SMA. *SWITCH*, 2(3).
- Pujasai, N. K. S., Sjah, T., & Halil, H. (2021). Analisis Kesesuaian Kualitas Tahu Yang Diminta Dan Kualitas Tahu Yang Ditawarkan Di Kota Mataram. *Jurnal Agrimansion*, 22(1), 11.
- Putri, D. M., & Sundari, E. (2024). Analisis Penerapan Model UTAUT2 (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) terhadap Perilaku Pengguna Mobile Banking: Studi Kasus Mahasiswa Pengguna Mobile Banking di Pekanbaru. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 18(1), 210.
- Putri, H. M. P. (2022). *Analisis Penerimaan Pengguna E-Commerce pada fitur*

Aplikasi Pinjaman Berbasis Teknologi (SPAYLATER) dengan Menggunakan Model Modifikasi UTAUT 2. 1–196.

Rachbini, W., Salim, F., Haque, M. G., & Rahmawati, E. (2019). Analisis Niat Pembelian Ulang E-Commerce Mobile dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(3), 530–540.

Rahmayuni, S., Indah, D. R., Firdaus, M. A., & Wedhasmara, A. (2024). Analisis Faktor Penerimaan dan Penggunaan LinkedIn Menggunakan Model. *Jurnal Teknologi Sistem Informasi Dan Aplikasi*, 7(1), 165–175.

Risqiana Dewi, D. F., Ardianing Kusuma, D. J., & Rakhmadani, D. P. (2023). Analisis Minat Dan Perilaku Penggunaan E - Commerce Shopee Menggunakan Metode Unified Theory Of UTAUT 2. *Jurnal SISFOKOM*, 13(02), 293–298.

Saftari, M., & Sinta, S. (2022). Analisis Faktor Peserta, Pelatih, Prasarana, serta Materi Pelatihan yang Mempengaruhi Efektifitas Pelatihan Menggunakan Smart-PLS. *Indiktika : Jurnal Inovasi Pendidikan Matematika*, 4(2), 86–98.

Sani, A., Wiliani, N., Budiyantra, A., & Nawaningtyas, N. (2020). Pengembangan Model Adopsi Teknologi Informasi Terhadap Model Penerimaan Teknologi Diantara Umkm. *JITK (Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komputer)*, 5(2), 151–158.

Santika, A. A., Saragih, T. H., & Muliadi, M. (2023). Penerapan Skala Likert pada Klasifikasi Tingkat Kepuasan Pelanggan Agen Brilink Menggunakan Random Forest. *Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi (JustIN)*, 11(3), 405.

Saputra, I. T., & Purwanto, A. (2023). Evaluasi Penerimaan E-Wallet Menggunakan UTAUT 2 Di Kabupaten Kotawaringin Timur. *JUTISI: Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 12, 506–515.

Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2021). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In *Handbook of Market Research*.

- Setiya Putra, Y. W. (2023). Implementasi Model TAM pada Sistem Informasi Presensi Online Menggunakan Face Recognition dan GPS. *Journal of Applied Computer Science and Technology*, 4(2), 147–154.
- Setyaningsih, G., Satriani, L. J., Ramadhan, R. F., & Setiawan, I. (2023). Analisis Penerimaan Pengguna Student Service Center Menggunakan Metode Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) 3. *Jurnal Teknologi Sistem Informasi Dan Aplikasi*, 6(4), 775–782.
- Siregar, C. S., Permatasari, I., & Pujiono. (2021). Analisis Keberterimaan Sistem Informasi Akuntansi Perusahaan Manufaktur Di Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 23(1), 23–36.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.
- Valdi, E., Karyoto, A., Wiranti, Y. T., & Putera, M. I. A. (2024). Pengaruh Behavioral Intention Terhadap Use Behavior Pada Penggunaan Aplikasi Gojek Behavioral Intention ' s Influence Toward The Use Behavi or Of Gojek Application ' s Usage. *Teknika*, 13(1), 109–119.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information: Towar a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology : Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178.
- Zulaikah, L., Puspitasari, W., & Septiningrum, L. (2023). Evaluasi Kesuksesan Implementasi Sap Di Masa Pandemi Covid-19 Menggunakan Model UTAUT 3 Pada PT. Kai. *JlPI (Jurnal Ilmiah Penelitian Dan Pembelajaran Informatika)*, 8(1), 242–253.