

POLA KUNJUNGAN PENGGUNA E-COMMERCE LAZADA MENGUNAKAN MODEL UTAUT

Via Sekarsari
Sistem Informasi
ViaSekarsari@gmail.com

Abstrak

Model UTAUT (*unified theory acceptance and use of technology*) merupakan pendekatan yang tepat untuk mengukur alasan pengunjung menggunakan *e-commerce* lazada, dengan variabel yang ada pada model UTAUT dapat memprediksi alasan pengguna mengunjungi Lazada. Penelitian ini merupakan penelitian metode kuantitatif dengan data yang dibutuhkan merupakan data sekunder. Pada penelitian ini juga proses pengumpulan data dilakukan dengan menebar kuesioner yang kemudian dihitung dengan *Structural Equation Model* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS) dan diolah dengan tools Smart-PLS. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel *Performance Expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating condition* berpengaruh terhadap kunjungan pengguna pada *e-commerce* Lazada namun tidak signifikan. Pengaruh signifikan ditunjukkan oleh variabel habit dan variabel habit juga menunjukkan pengaruh langsung dan tidak langsung terhadap kunjungan pengguna *e-commerce* Lazada pada penelitian ini. Sehingga di usulkan kepada pihak Lazada untuk tetap mempertahankan pendekatan kepada konsumen yang berhubungan dengan tingkat kebiasaan pengguna dan dapat mengoptimalkan fitur-fitur agar pengguna lebih merasa nyaman.

Kata Kunci : *E-Commerce*, Kuantitatif, Lazada, dan PLS-SE

PENDAHULUAN

Perkembangan sistem informasi berkembang pesat karena pengaruh dari globalisasi (Ahluwalia, 2020; Permana & Puspaningrum, 2021), adanya era globalisasi menyebabkan manusia berfikir cerdas dalam mengembangkan ilmu pengetahuan yang dimiliki (Susanto et al., 2019). Hal tersebut didukung dengan adanya arus informasi yang semakin berkembang tanpa hambatan ruang dan waktu tempuh, serta banyaknya penemuan dan penggunaan berbagai perangkat sistem informasi yang dapat menunjang kehidupan manusia (Suprayogi et al., 2022). Contohnya *e-commerce* dijadikan pilihan oleh beberapa perusahaan untuk meningkatkan kualitas, perusahaan internet menjadi sumber daya utama

yang dibutuhkan dalam e-commerce(Ahluwalia et al., 2021; Ahmad et al., 2019; Athallah & Kraugusteeliana, 2022).

Mengutip dari website kementerian informasi dan komunikasi bahwa pertumbuhan nilai perdagangan elektronik (*E-commerce*) di Indonesia mencapai 78% tertinggi di dunia, seperti contohnya Lazada, Blibli, Elevenia, Tokopedia, Kaskus, OLX, Blanja, Zalora, Bukalapak, dan masih banyak lainnya(Dheara et al., 2022; Febrian & Fadly, 2021; Megawati, 2017).

Kondisi ini menunjukkan bahwa usaha perdagangan elektronik memiliki nilai ekonomi yang bagus, sehingga para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah dapat memanfaatkan peluang ini sebaik mungkin(Suwarni et al., 2022; Yusmaida et al., 2020). Pemanfaatan peluang yang tepat untuk perkembangan teknologi saat ini dengan menerapkan belanja online pada situs *e-commerce*(Permatasari, n.d.). Situs *e-commerce* menjual barang-barang mulai dari perangkat elektronik, buku, produk fashion, peralatan dapur, sampai dengan peratan tata rias wajah. Berbelanja online sekarang dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja(Oktaviani et al., 2022). Lazada merupakan perusahaan yang bergerak di bidang layanan jual beli online dan ritel *e-commerce*(Juniansyah et al., 2020), hasil pengembangan dari perusahaan inkubator teknologi internet asal Jerman yaitu Rocket Internet(Jamra et al., 2020). Tipe bisnis online lazada adalah B2C(Febrian & Ahluwalia, 2020), Business to Consumer (B2C) kegiatan bisnis pelayanan secara langsung kepada konsumen melalui barang atau jasa. Walaupun mengalami hambatan dalam melakukan penjualan di awal-awal pembentukan Lazada Indonesia, pihak Lazada merespon dengan sangat baik dengan melakukan berbagai promo untuk menaikkan keinginan masyarakat berbelanja di situs Lazada. Jika melihat kesuksesan tersebut maka Lazada menjadi salah satu *e-commerce* yang diminati oleh pengguna(Surahman, Octaviansyah, et al., 2020). Sebagai salah satu sarana promosi, kualitas produk merupakan hal yang harus diutamakan bagi seorang produsen yang sedang menawarkan produknya kepada konsumen(Febrian & Hapsari, 2019; Imelda et al., 2022). Jika kualitas produk yang baik maka akan membuat konsumen melakukan pembelian secara langsung, pada ecommerce kualitas produk diukur dengan katalog maupun deskripsi produk. Selain dari kualitas produk jumlah konsumen yang mengakses situs *e-commerce* harus dioptimalkan(Damayanti et al., 2019; Sulistiani et al., 2019), berbagai cara bisa dilakukan untuk menarik pelanggan atau calon pelanggan. Salah

satu contohnya membuat situs e-commerce semenarik mungkin para public figure(Kusumawardani et al., 2022). Dengan mengoptimalkan sarana promosi maka pola

konsumen dalam mengakses *e-commerce* akan meningkat Selain melihat kunjungan menggunakan lembaga-lembaga survei pendapat pengguna juga diperlukan untuk memprediksi ketertarikan pengguna menggunakan *e-commerce*(Bertarina et al., 2022; Fakhrurozi et al., 2021; Wahyono et al., 2021), *model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) merupakan model penerimaan teknologi untuk menjelaskan perilaku pengguna terhadap teknologi informasi(Ahluwalia, 2020; Permana & Puspaningrum, 2021; Prasetyawan, 2017; Susanto et al., 2019). Model ini merupakan kombinasi dari delapan teori penerimaan teknologi yang sudah dikembangkan sebelumnya(Ahdan et al., 2021; Ahluwalia, 2020; Athallah & Kraugusteeliana, 2022; Hariadi et al., 2022; Ramadona et al., 2021; Suaidah, 2021; Utami Putri, 2022). Delapan teori tersebut adalah *theory of reasoned action* (TRA), *technology acceptance model* (TAM), *motivational model* (MM), *theory of planned behavior* (TBP), *combined TAM and TPB*, *model of PC and utilization* (MPTU), *innovation diffusion theory* (IDT), dan *social cognitive theory* (SCT). UTAUT terbukti lebih berhasil dibandingkan kedelapan teori yang lain dalam implementasi pada 70% varian pengguna. Terdapat empat variabel utama dari UTAUT yaitu 1) *Performance*, 2) *Effort expectancy*, 3) *Social influence*, 4) *Facilitating conditions* dan terdapat dua variabel pembanding yaitu *Behaviour Intention* dan *Use Behaviour* Setelah melakukan beberapa review pada jurnal dan penelitian terdahulu peneliti menemukan bahwasannya penelitian terdahulu belum ada yang membahas secara rinci mengenai ketertarikan pengguna dalam mengunjungi dan menggunakan *e-commerce*(Anggarini et al., 2021; Damayanti, 2021; Febrian & Ahluwalia, 2020; Khamisah et al., 2020; Wantoro et al., 2021; Windane & Lathifah, 2021). Ada beberapa paper yang membahas mengenai pola kunjungan pengguna namun data yang diperoleh merupakan data sekunder, berupa data yang sudah tersedia pada suatu sistem dan tidak melibatkan pendapat pengguna untuk penarikan kesimpulan. Karena permasalahan tersebut maka penelitian ini melibatkan pendapat pengguna untuk mengkaji ulang pola yang dihasilkan dari kunjungan pengguna *e-commerce* dan pencarian data dilakukan dengan membagikan kuesioner sehingga diharapkan dapat mewakili beberapa pendapat atau alasan

Teknologiterkini.org

para pengguna menggunakan *e-commerce* tersebut. Penelitian ini diharapkan bisa membantu pihak Lazada untuk melakukan perbaikan sehingga masyarakat lebih mengenal dan lebih nyaman menggunakan sistem *e-commerce* Lazada (Alfiah & Damayanti, 2020; Amalia et al., 2021; Sulistiani et al., 2020). Dengan uraian latar belakang masalah diatas maka penulis mengangkat judul penelitian Pola Kunjungan Pengguna *e-commerce* Lazada menggunakan Model UTAUT.

KAJIAN PUSTAKA

E-Commerce

E-commerce merupakan salah satu hasil dari perkembangan teknologi internet. Pengertian *E-commerce* itu sendiri adalah suatu proses bisnis dengan menggunakan teknologi elektronik yang menghubungkan antara perusahaan (Soraya & Wahyudi, 2021), konsumen, dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik (Athallah & Kraugusteeliana, 2022; Oktaviani et al., 2022; Panjaitan et al., 2020; Putri et al., 2022). Dengan demikian pada prinsipnya bisnis dengan *E-commerce* adalah bisnis digital. Selaian dari itu didalam *e-commerce* terdapat service quality yang diartikan sebagai jangkauan sebuah *e-commerce* untuk memfasilitasi kegiatan pembelian, pembelian serta penyampaian dari produk dan jasa. Pengertian dari *e-commerce* adalah penggunaan komputer dengan browser web untuk mengenalkan, menawarkan, menjual dan membeli sebuah produk. Manfaat lainnya adalah sebuah perusahaan dapat memiliki pasar Internasional bisnis akan dapat dijalankan tanpa terbentur batas negara karena kemudahan dari digitalisasi (Sensuse et al., 2020). Dari kutipan diatas maka dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* adalah pemanfaatan teknologi yang di dukung dengan internet untuk melakukan transaksi jual beli secara digital dengan demikian maka biaya operasional dapat ditekan karena adanya *e-commerce* (Endang Woro Kasih, 2018).

Model UTAUT (Unified Theory Acceptance and Use of Technology)

UTAUT yang dikembangkan oleh (Pratama & Yuliandra, 2021) merupakan model penerimaan teknologi yang meninjau dan membandingkan secara empiris dengan delapan

model penerimaan teknologi, antara lain : *Theory of Reasoned Action* (TRA), *Technology Acceptance Model* (TAM), *Motivational Model* (MM), *Theory of Planned Behavior* (TBP), *Combined TAM and TPB*, *model of PC Andutilization* (MPTU), *Innovation Diffusion Theory* (IDT), dan *Social Cognitive Theory* (SCT)(Wahyudi et al., 2021). Teknologi menjadi objek untuk menghasilkan model UTAUT yang berorientasi pada penggunaan teknologi keuntungan dari menggunakan model UTAUT ini adalah menyediakan alat untuk penilaian penerimaan teknologi baru pada masyarakat dan dapat dijadikan strategi para manager *e-commerce* dalam melakukan target pasar. UTAUT merupakan instrument yang fleksibel dan dapat dimodifikasi sesuai dengan konteks penelitian(Oktavia et al., 2021).

Performance Expectancy didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya dengan penggunaan teknologi tersebut untuk mencapai keuntungan dalam pekerjaan(Aplikasi E-Marketplace Bagi Pengusaha Stainless Berbasis Mobile Di Wilayah Bandar Lampung, 2021). disesuaikan dengan konteks pola kunjungan dengan demikian *Performance Expectancy* adalah kepercayaan pengguna e-commerce Lazada untuk berkunjung karena dapat membantu menacapai tujuan memeproleh barang atau jasa(Surahman, Wahyudi, et al., 2020). *Effort Expectancy* merupakan gambaran kemudahan penggunaan sistem untuk menghemat tenaga dan waktu seseorang dalam melakukan pekerjaannya(Putri et al., 2022). Kemudahan penggunaan sistem akan memunculkan kepercayaan pada sistem yang akan menimbulkan rasa nyaman ketika melakukan suatu pekerjaan.

Seseorang akan percaya ketika ada orang lain yang memperkenalkan bahwa sistem tersebut dapat digunakan untuk memudahkan pekerjaan(Kurniawati & Ahmad, 2021; Sulistiyawati & Supriyanto, 2021; Syaifulloh & Aguss, 2021). *Fasilitating condition* didefinisikan sebagai seseorang percaya bahwa infrastruktur organisasi dan teknis ada untuk mendukung penggunaan sistem tersebut dan *Fasilitating condition* merupakan faktor objektif yang dapat mempermudah melakukan pekerjaan(Anggarini et al., 2021; M R Yanuarsyah et al., 2021; M Ramdhani Yanuarsyah et al., 2021). Habbit atau tingkat kebiasaan atau kecenderungan seseorang mekakukan kegiatan secara otomatis menggunakan teknologi karena pengalaman sebelumnya(Ahdan et al., 2021; Darwis, 2016; Warsela et al., 2021).

Metode Penelitian Kuantitatif

Metode penelitian kuantitatif merupakan suatu cara yang digunakan untuk menjawab masalah penelitian yang berkaitan dengan data berupa angka dan program statistik (Lestari & Savitri Puspaningrum, 2021; Melyza & Aguss, 2021; Suprayogi et al., 2021). Hal ini penting untuk memastikan bahwa jenis penelitian sampai dengan analisis data yang dituangkan dalam proposal dan laporan penelitian telah sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah yang dipersyaratkan (Darwis et al., 2017).

Sistem Informasi

Sistem informasi merupakan suatu sistem yang dibuat oleh manusia yang terdiri dari komponen-komponen dalam organisasi untuk mencapai suatu tujuan yaitu menyajikan informasi (Budioko, 2016; Pandu Buana & Destiani Siti Fatimah, 2016; Prasetyo & Suharyanto, 2019). Secara garis besar, istilah sistem informasi sendiri mengacu pada interaksi yang terjadi antara manusia, proses dan teknologi. Secara khusus sistem informasi juga dapat dideskripsikan sebagai sekumpulan komponen, yang terdiri dari perangkat keras dan perangkat lunak komputer (Sulistiyawati & Supriyanto, 2021; Sutanto et al., 2014), database (Budianto et al., 2020), sistem komunikasi (Parinata et al., 2022), sumber daya manusia dan prosedur yang diintegrasikan untuk dapat digunakan dalam pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, serta komunikasi antarinformasi, sehingga dapat mendukung berbagai aktifitas yang ada di dalam suatu organisasi. Selain itu interaksi yang ada juga dapat terjadi didalam maupun melintasi batasan-batasan organisasi. Sehingga dapat disimpulkan sistem informasi adalah suatu sistem yang dibuat oleh manusia yang terdiri atas komponen-komponen dalam organisasi untuk mencapai suatu tujuan, yaitu untuk menyajikan informasi dan juga berguna untuk memecahkan masalah dan pengambilan keputusan (Arnova & Ahmad, 2015; Ismatullah & Adrian, 2021; Megawaty & Simanjuntak, 2017).

Suatu sistem mempunyai karakteristik atau sifat-sifat tertentu, yaitu komponen-komponen (*Componen*), batasan sistem (*Boundary*), lingkungan luar sistem (*environments*), penghubung (*Interface*), masukan (*Input*), keluaran (*Output*), pengolahan sistem (*Proses*), dan sasaran (*Objectives*), atau tujuan (*Goal*) (Panduan Buana & Destiani Siti Fatimah, 2016; Teknologi et al., 2021).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan sebuah model sebagai kerangka pemikiran teoritis yaitu UTAUT yang digunakan dalam menganalisis suatu sistem informasi. Sesuai dengan konteks penelitian maka model UTAUT pada penelitian ini sudah dimodifikasi sesuai dengan kebutuhan penelitian. Model penelitian tersebut juga memberikan gambaran bahwa pengaruh sejumlah variabel pada UTAUT yang mempengaruhi perilaku kunjungan pengguna ecommerce yang selanjutnya akan di analisis menggunakan alat analisis PLS-SEM..

a) Identifikasi Masalah

Tahap ini merupakan pengidentifikasian masalah yang ada pada studi kasus yaitu *e-commerce* lazada. Identifikasi masalah ditemukan bahwa kunjungan pengguna pada situs *e-commerce* di perlukan guna mengetahui ketertarikan pengguna dalam menggunakan *e-commerce* dan dapat dilakukan pengambilan keputusan demi meningkatkan kualitas layanan kepada konsumen atau pengguna. Setelah dilakukan review pada jurnal dan penelitian terdahulu lainnya yang sama menggunakan model UTAUT diharapkan dapat menjawab masalah yang sudah dijelaskan diatas .

b) Kajian Teori dan Penelitian Terdahulu

Pada tahap ini penulis mencari kajian teori dan penelitian terdahulu berupa jurnal-jurnal yang berhubungan dengan konsep penelitian penulis dan di sesuaikan dengan studi kasus yang penulis ambil. Teori yang penulis

c) Merumuskan Hipotesis

Tahap merumuskan hipotesis ini bertujuan untuk setiap poin pada variabel UTAUT bisa diperhitungkan dengan tepat. Perhitungan setiap variabel pada Model UTAUT diharapkan dapat mewakili alasan pengguna dalam mengunjungi dan menggunakan *e-commerce* Lazada.

d) Pengukuran variabel /menyusun konsep kuesioner

Pengukuran variabel/menyusun konsep kuesioner adalah merancang apa saja yang akan ditanyakan kepada responden. Pertanyaan pada kuesioner mewakili dari

pendapat dari responden dan nantinya akan di berikan penilaian pada setiap pendapat. Didalam tahap ini juga melibatkan variabel pada Model UTAUT untuk menyusun pertanyaan pada kuesioner yang akan disebarakan.

e) Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis di lakukan dengan alat hitung statistik Smart Partial Least Square (SmartPLS) berdasarkan hasil kuesioner yang telah diseberkan, kemudian dianalisis dengan 2 model dalam *Partial Least Square*, yaitu evaluasi model pengukuran outer model dan model structural (iner model) Tahapan analisis data dibantu dengan menggunakan software SmartPLS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistika Deskriptif

Metode analisa deskriptif digunakan untuk mengetahui tanggapan yang diberikan sponden terhadap system informasi. pada penelitian ini statistik deskriptif mentransformasi data penelitian kedalam bentuk table agar mempermudah pemahman. Statistik mewakili karakteristik dari responden misalnya jenis kelamin dan asal universitas, karena kembali lagi sampel yang penulis butuhkan adalah mahasiswa yang ada di wilayah Bandar Lampung dan merupakan pengguna dari *e-commerce* Lazada. Berikut ini persentase statistic demografi yang disajikan.

Tabel 1 Statistika Deskriptif

No	Keterangan	Jumlah Responden	Persentase
	Jenis Kelamin		
1	Laki – Laki	122	56%
	Perempuan	158	43%
	Jumlah	280	100%
	Nama Universitas		
2	Universitas Teknokrat Indonesia	57	20,4 %
	Universitas Bandar Lampung	36	12,9 %
	Universitas Lampung	54	19,3 %
	UIN Raden Intan Lampung	50	17,9%
	Universitas Mitra Indonesia	27	9,6 %
	Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya	21	7,5 %
	Lainnya	35	12,5 %
	Jumlah	280	100%

Pada penelitian ini responden yang mengisi kuesioner lebih banyak berjenis kelamin perempuan dengan persentase perempuan 56,4 % sedangkan Laki-Laki persentase 43,6% . disamping itu data menunjukan bahwa sasaran penelitian yaitu mahasiswa, responden terbanyak di peroleh dari Universitas Teknokrat Indonesia dengan persentase 20,4 % . Karena sasaran penelitian mahasiswa jadi usia dari responden di rata-ratakan berkisar 20 tahun-an.

Hasil Analisis *Partial Least Square* (PLS)

Ada 3 kriteria dalam penggunaan analisa data dengan SmartPLS untuk penilaian outer model yaitu *convergent validity*, *Discriminant validity*, dan *composite reability*.

1. Convergent Validity

Convergent validity mengukur besarnya korelasi antar konstruk dengan variabel laten.

—Dalam evaluasi *convergent validity* dari pemeriksaan *individual item reability*, dapat

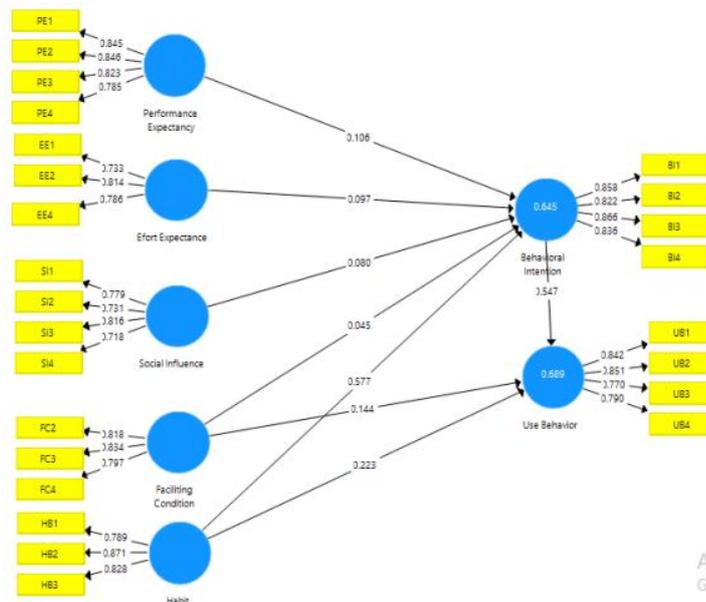
dihat dari nilai loading factor (LF) yang dihasilkan. Sesuai dengan aturan umum (*rule of thumb*), nilai LF indikator $\geq 0,7$, dikatakan valid artinya indikator tersebut valid mengukur konstruk yang dibentuk. Dalam pengalaman empiris penelitian, nilai loading factor $\geq 0,5$ masih dapat diterima. Bahkan sebagian ahli mentolerir angka 0,4 dengan demilikan nilai loading factor $\leq 0,4$ harus dikeluarkan dari model (di-drop).

2. Discriminan Validity

Evaluasi melalui nilai *cross loading*. Ukuran *cross loading* adalah membandingkan korelasi indikator dengan konstraknya dan konstruk dari blok lainnya. Jika lebih tinggi indikator dengan konstraknya dibanding konstruk dari blok lain maka indikator dalam blok adalah penyusun konstruk dalam kolom tersebut.

Pengujian Model Struktural

Pengujian model structural atau iner model itu dilakukan melihat hubungan antar konstruk, nilai signifikasi dan R-Square dari model penelitian. model structural dievaluasi dengan R Square untuk konstruk Uji *Tserta signifikasi* dari koefisien parameter jalur structural berikitu gambar konseptual SmartPLS.



Gambar 2 Konseptual SmartPLS

Hasil Analisa Hipotesis

1. *Performa expectancy* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap niat menggunakan atau behaviour intention, di tunjukan dengan t-statistic 1,819 yang kurang dari nilai t-tabel 1,97. Nilai tersebut menunjukan bahwa tingkat efektivitas,

- kecepatan dan kenyamanan mempengaruhi kunjungan pengguna *e-commerce* Lazada namun tidak menunjukkan nilai yang signifikan.
2. *Effort expectancy* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap niat menggunakan atau *behaviour intention*, ditunjukkan dengan nilai *t*-statistik 0,450 yang kurang dari nilai *t*-tabel yakni tidak lebih dari 1,97. Hasil ini menunjukkan bahwa kemudahan menggunakan suatu teknologi mempengaruhi pengguna untuk menggunakan dan mengunjungi *e-commerce* Lazada namun tidak menunjukkan nilai yang signifikan.
 3. *Social influence* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap niat menggunakan atau *behaviour intention*, hal ini ditunjukkan dengan nilai *t*-statistik 1,446 yang kurang dari nilai *t*-tabel 1,97. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pengaruh dari orang sekitar, lingkungan bahkan idola mampu mempengaruhi pengguna untuk mengunjungi *e-commerce* Lazada, namun pengaruh dari *social influence* tidak berpengaruh secara signifikan.
 4. *Facilitating condition* berpengaruh tidak signifikan terhadap niat menggunakan atau *behaviour intention* ditunjukkan dengan nilai *t*-statistik 1,143 yang tidak memenuhi *t*-tabel 1,97, hal ini menunjukkan bahwa ketersediaan fasilitas dan sumber daya, adanya bantuan pihak tertentu tidak mempengaruhi pengguna mengunjungi *e-commerce* Lazada.
 5. *Habit* berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan atau *behaviour intention*, ditunjukkan dengan nilai *t*-statistik 9,332 yang memenuhi nilai *t*-tabel. Hal ini menunjukkan bahwa faktor dari kebiasaan yang telah dilakukan dapat mempengaruhi seseorang untuk terus menggunakan suatu teknologi. Jika dilihat dari hasil uji hipotesa nilai *relative* besar untuk mempengaruhi variabel lain.
 6. *Facilitating condition* terhadap *use behaviour* atau perilaku pengguna menunjukkan nilai positif yang signifikan, dengan melihat nilai *t*-statistik 3,923 yang terpenuhi. Maka kondisi yang memfasilitasi menunjukkan bahwa fasilitas dan sumber daya dapat mempengaruhi perilaku penggunaan suatu teknologi dan dapat diasumsikan pada penelitian ini berpengaruh terhadap perilaku mengunjungi *e-commerce* Lazada.
 7. *Habit* terhadap *use behaviour* atau perilaku pengguna menunjukkan nilai yang positif signifikan ditunjukkan dengan nilai *t*-statistik 3,456 yang memenuhi nilai *t*-

tabel 1,97, maka dapat diartikan bahwa kebiasaan seorang pengguna *e-commerce* akan berpengaruh untuk terus menggunakan ecommerce tersebut.

8. Niat menggunakan atau behaviour intention terhadap perilaku aktual atau *usebehavior* menunjukkan adanya keterhatitan yang positif signifikan di tunjukan dari nilai *t-statistic* 3,456 yang memenuhi t-tabel 1,97, behaviour intention pada penelitian ini berhubungan dengan niat seseorang untuk menggunakan *e-commerce* Lazada secara terus menerus. Hasil penelitian yang menunjukkan nilai positif menunjukkan bahwa semakin tinggi seseorang memiliki niat untuk menggunakan secara terus menerus maka akan semakin tinggi juga perilaku aktualnya.

REFERENSI

- Ahdan, S., Sucipto, A., Priandika, A. T., & ... (2021). Peningkatan Kemampuan Guru SMK Kridawisata Di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Pengelolaan Sistem Pembelajaran Daring. *Jurnal ABDINUS* ..., 5(2), 390–401. <http://ojs.unpkediri.ac.id/index.php/PPM/article/view/15591>
- Ahluwalia, L. (2020). EMPOWERMENT LEADERSHIP AND PERFORMANCE: ANTECEDENTS. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 7(1), 283. [http://www.nostarch.com/javascriptforkids%0Ahttp://www.investopedia.com/terms/i/in_specie.asp%0Ahttp://dSPACE.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/35612/1/Trabajo de Titulacion.pdf%0Ahttps://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/01/GUIA-METODOL](http://www.nostarch.com/javascriptforkids%0Ahttp://www.investopedia.com/terms/i/in_specie.asp%0Ahttp://dSPACE.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/35612/1/Trabajo%20de%20Titulacion.pdf%0Ahttps://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/01/GUIA-METODOL)
- Ahluwalia, L., Permatasari, B., Husna, N., & Novita, D. (2021). Penguatan Sumber Daya Manusia Melalui Peningkatan Keterampilan Pada Komunitas ODAPUS Lampung. 2(1), 73–80. <https://doi.org/10.23960/jpkmt.v2i1.32>
- Ahmad, I., Prasetyawan, P., & Sari, T. D. R. (2019). Penerapan Algoritma Rekomendasi Pada Aplikasi Rumah Madu Untuk Perhitungan Akuntansi Sederhana Dan Marketing Digital. *Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian*, 1, 38–45.
- Alfiah, A., & Damayanti, D. (2020). Aplikasi E-Marketplace Penjualan Hasil Panen Ikan Lele (Studi Kasus: Kabupaten Pringsewu Kecamatan Pagelaran). *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 1(1), 111–117. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/sisteminformasi>
- Amalia, F. S., Setiawansyah, S., & ... (2021). Analisis Data Penjualan Handphone Dan Elektronik Menggunakan Algoritma Apriori (Studi Kasus: Cv Rey Gasendra). ... *Journal of Telematics and* ..., 2(1), 1–6. <https://ejournal.teknokrat.ac.id/index.php/telefortech/article/view/1810>
- Anggarini, D. R., Nani, D. A., & Aprianto, W. (2021). Penguatan Kelembagaan dalam

- Rangka Peningkatan Produktivitas Petani Kopi pada GAPOKTAN Sumber Murni Lampung (SML). *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(1), 59–66. <https://doi.org/10.29259/jscs.v2i1.59>
- Arnova, T., & Ahmad, I. (2015). Sistem Informasi E-Document Korespodensi Pada Korem 043/Gatam. *Jurnal Ilmiah Rekayasa Dan Manajemen Sistem Informasi*, 1(2), 15–18.
- Athallah, M. A., & Kraugusteeliana, K. (2022). Analisis Kualitas Website Telkomsel Menggunakan Metode Webqual 4.0 dan Importance Performance Analysis. *CogITO Smart Journal*, 8(1), 171–182. <https://doi.org/10.31154/cogito.v8i1.374.171-182>
- Bertarina, Mahendra, O., Lestari, F., & Safitri, D. (2022). Analisis Pengaruh Hambatan Samping (Studi Kasus: Jalan Raya Za Pagar Alam di Bawah Flyover Kedaton Kota Bandar Lampung). *Jurnal Teknik Sipil ITP*, 9(1), 5. <https://doi.org/10.21063/jts.2022.v901.05>
- Budianto, Fitri, I., & Winarsih. (2020). Expert System for Early Detection of Disease in Corn Plant Using Naive Bayes Method. *Jurnal Mantik Volume 3 Number 4, February 2020, Pp. 308-317 E-ISSN 2685-4236*, 3(February), 308–317.
- Budioko, T. (2016). Sistem monitoring suhu jarak jauh berbasis internet of things menggunakan protokol mqtt. *Seminar Nasional Riset Teknologi Informasi*, 1(30 July), 353–358.
- Damayanti. (2021). Digitalisasi Sistem Peminjaman Buku Pada Smk Negeri 2 Kalianda Lampung Selatan. *Journal of Social ...*, 2(2), 128–138. <https://ejurnal.teknokrat.ac.id/index.php/JSSTCS/article/view/1368>
- Damayanti, Warsito, Meilinda, Manurung, P., & Sembiring, S. (2019). E-crm Information System for Tapis Lampung SMEs. *Journal of Physics: Conference Series*, 1338(1). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1338/1/012051>
- Darwis, D. (2016). Audit Tata Kelola Teknologi Informasi Menggunakan Framework COBIT 4.1 sebagai Upaya Peningkatan Keamanan Data pada Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Pesawaran. *Explore: Jurnal Sistem Informasi Dan*

Telematika (Telekomunikasi, Multimedia Dan Informatika), 7(2).

- Darwis, D., Wamiliana, W., & Junaidi, A. (2017). Proses Pengamanan Data Menggunakan Kombinasi Metode Kriptografi Data Encryption Standard dan Steganografi End Of File. *Prosiding Seminar Nasional METODE KUANTITATIF 2017*, 1(1), 228–240.
- Dheara, K., Saniati, & Neneng. (2022). *APLIKASI E-COMMERCE UNTUK PEMESANAN SPAREPART MOTOR*. 3(1), 83–89.
- Endang Woro Kasih, E. (2018). Formulating Western Fiction in Garrett Touch of Texas. *Arab World English Journal For Translation and Literary Studies*, 2(2), 142–155. <https://doi.org/10.24093/awejtls/vol2no2.10>
- Fakhrurozi, J., Pasha, D., Jupriyadi, J., & Anggrenia, I. (2021). Pemertahanan Sastra Lisan Lampung Berbasis Digital Di Kabupaten Pesawaran. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 2(1), 27. <https://doi.org/10.33365/jsstcs.v2i1.1068>
- Febrian, A., & Ahluwalia, L. (2020). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek pada Kepuasan dan Keterlibatan Pelanggan yang Berimplikasi pada Niat Pembelian di E-Commerce. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management*, 13(3), 254. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v13i3.19967>
- Febrian, A., & Fadly, M. (2021). The Impact of Customer Satisfaction with EWOM and Brand Equity on E-Commerce Purchase Intention. Febrian, A., & Fadly, M. (2021). The Impact of Customer Satisfaction with EWOM and Brand Equity on E-Commerce Purchase Intention in Indonesia Moderated by Cultur. *Binus Business Review*, 12(1), 41–51. <https://doi.org/10.21512/bbr.v12i1.6419>
- Febrian, A., & Hapsari, chintia annisa vina. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Memengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Mediasi. *Buletin Studi Ekonomi*, 24(2), 279–287.
- Aplikasi E-Marketplace Bagi Pengusaha Stainless Berbasis Mobile Di Wilayah Bandar Lampung, 2 Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi (JTSI) 15 (2021).

Hariadi, E., Anistiyasari, Y., Zuhrie, M. S., & Putra, R. E. (2022). Mesin Oven Pengering Cerdas Berbasis Internet of Things (IoT). *Indonesian Journal of Engineering and Technology (INAJET)*, 2(1), 18–23. <https://doi.org/10.26740/inajet.v2n1.p18-23>

Imelda, A., Angelica, S., Sihono, C., & Anggarini, D. R. (2022). Pengaruh Likuiditas , Profitabilitas , Dan Rasio Pasar Terhadap Harga Saham (Studi Kasus Pada Perusahaan Indeks Lq45 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021). 2(2), 17–25.

Ismatullah, H., & Adrian, Q. J. (2021). Implementasi Prototype Dalam Perancangan Sistem Informasi Ikatan Keluarga Alumni Santri Berbasis Web. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa* ..., 2(2), 3–10. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/informatika/article/view/924>

Jamra, R. K., Anggoroajati, B., Sensuse, D. I., & Suryono, R. R. (2020). Systematic Review of Issues and Solutions for Security in E-commerce. *2020 International Conference on Electrical Engineering and Informatics (ICELTICs)*, 1–5.

Juniansyah, B. D., Susanto, E. R., & Wahyudi, A. D. (2020). Pembuatan E-Commerce Pemesanan Jasa Event Organizer Untuk Zero Seven Entertainment. *Jurnal Tekno Kompak*, 14(1), 41–46.

Khamisah, N., Nani, D. A., & Ashsifa, I. (2020). Pengaruh Non Performing Loan (NPL), BOPO dan Ukuran Perusahaan Terhadap Return On Assets (ROA) Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek : *International Journal of ...*, 3(2), 18–23. <https://ejurnal.teknokrat.ac.id/index.php/technobiz/article/view/836>

Kurniawati, R. D., & Ahmad, I. (2021). SISTEM PENDUKUNG KEPUTUSAN PENENTUAN KELAYAKAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH DENGAN MENGGUNAKAN METODE PROFILE MATCHING PADA UPTD PLUT KUMKM PROVINSI LAMPUNG. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 2(1), 74–79.

Kusumawardani, N., Sukmasari, D., Habsary, D., & Sarumpaet, S. (2022). Pendampingan Kemitraan Umkm Go Digital Bagi New Entrepreneur Make-Up Artist Di Desa Way

- Hui. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 3(2), 311. <https://doi.org/10.33365/jsstcs.v3i2.2236>
- Lestari, G., & Savitri Puspaningrum, A. (2021). Sistem Pendukung Keputusan Pemberian Tunjangan Karyawan Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process (Ahp) Studi Kasus: Pt Mutiara Ferindo Internusa. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi (JTISI)*, 2(3), 38–48. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/JTISI>
- Megawati, D. A. (2017). Analisis Perbandingan Social Commerce Dari Sudut Pengguna Website. *Jurnal Teknoinfo*, 11(1), 10–13.
- Megawaty, D. A., & Simanjuntak, R. Y. (2017). Pemetaan Penyebaran Penyakit Demam Berdarah Dengue Menggunakan Sistem Informasi Geografis Pada Dinas Kesehatan Kota Metro. *Explore: Jurnal Sistem Informasi Dan Telematika (Telekomunikasi, Multimedia Dan Informatika)*, 8(2).
- Melyza, A., & Aguss, R. M. (2021). Persepsi Siswa Terhadap Proses Penerapan Pembelajaran Pendidikan Jasmani Olahraga Dan Kesehatan Pada Pandemi Covid-19. *Journal Of Physical Education*, 2(1), 8–16.
- Oktavia, W., Sucipto, A., Studi, P., Informasi, S., & Indonesia, U. T. (2021). *Rancang Bangun Aplikasi E-Marketplace Untuk Produk Titik Media Reklame Perusahaan Periklanan (Studi Kasus : P3I Lampung)*. 2(2), 8–14.
- Oktaviani, L., Aldino, A. A., Lestari, Y. T., Suaidah, Aldino, A. A., & Lestari, Y. T. (2022). Penerapan Digital Marketing Pada E-Commerce Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Marning. *JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT DAN INOVASI*, 2(1), 337–369.
- Pandu Buana, Y., & Destiani Siti Fatimah, D. (2016). Pengembangan Sistem Pakar Diagnosis Penyakit Kelinci. *Jurnal Algoritma*, 12(2), 596–601. <https://doi.org/10.33364/algoritma/v.12-2.596>
- Panjaitan, F., Surahman, A., & Rosmalasari, T. D. (2020). Analisis Market Basket Dengan Algoritma Hash-Based Pada Transaksi Penjualan (Studi Kasus: Tb. Menara). *Jurnal*

Teknologi Dan Sistem Informasi, 1(2), 111–119.

Parinata, D., Puspaningtyas, N. D., & Indonesia, U. T. (2022). *STUDI LITERATUR : KEMAMPUAN KOMUNIKASI METEMATIS*. 3(2), 94–99.

Permana, J. R., & Puspaningrum, A. S. (2021). *IMPLEMENTASI METODOLOGI WEB DEVELOPMENT LIFE CYCLE UNTUK MEMBANGUN SISTEM PERPUSTAKAAN BERBASIS WEB (STUDI KASUS : MAN 1 LAMPUNG TENGAH)*. 2(4), 435–446.

Permatasari, B. (n.d.). *THE EFFECT OF PERCEIVED VALUE ON E- COMMERCE APPLICATIONS IN FORMING CUSTOMER PURCHASE INTEREST AND ITS*. 101–112.

Prasetyawan, P. (2017). Pengenalan Fasilitas Perguruan Tinggi Teknokrat Menggunakan Panorama 3600 Berbasis Android. *Jurnal Teknoinfo*, 11(1), 14. <https://doi.org/10.33365/jti.v11i1.5>

Prasetyo, K., & Suharyanto, S. . (2019). Rancang Bangun Sistem Informasi Koperasi Berbasis Web Pada Koperasi Ikitama Jakarta. *Jurnal Teknik Komputer*, 5(1), 119–126. <https://doi.org/10.31294/jtk.v5i1.4967>

Pratama, W. U., & Yulindra, R. (2021). *PERSEPSI ANGGOTA EKSTRAKURIKULER BOLA BASKET TERHADAP PENGGUNAAN APLIKASI PAPAN STRATEGI*. 2(2), 1–7.

Putri, A. D., Novita, D., & Maskar, S. (2022). Pengenalan Wawasan Bisnis Di Era Digital Bagi Siswa/I Smk Yadika Bandarlampung. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 3(2), 213. <https://doi.org/10.33365/jsstcs.v3i2.2129>

Ramadona, S., Diono, M., Susantok, M., & Ahdan, S. (2021). Indoor location tracking pegawai berbasis Android menggunakan algoritma k-nearest neighbor. *JITEL (Jurnal Ilmiah Telekomunikasi, Elektronika, Dan Listrik Tenaga)*, 1(1), 51–58. <https://doi.org/10.35313/jitel.v1.i1.2021.51-58>

~~Sensuse, D. I., Sipahutar, R. J., Jamra, R. K., & Suryono, R. R. (2020). Challenges and~~
Teknologiterkini.org

- Recommended Solutions for Change Management in Indonesian E-Commerce. *2020 International Conference on Information Technology Systems and Innovation (ICITSI)*, 250–255.
- Soraya, A., & Wahyudi, A. D. (2021). Rancang bangun aplikasi penjualan dimsun berbasis web. *Teknologi Dan Sistem Informasi (JTISI)*, 2(4), 43–48.
- Suaidah, S. (2021). Analisis Penerimaan Aplikasi Web Engineering Pelayanan Pengaduan Masyarakat Menggunakan Technology Acceptance Model. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi)*, 8(1), 299–311. <https://doi.org/10.35957/jatisi.v8i1.600>
- Sulistiani, H., Muludi, K., & Syarif, A. (2019). Implementation of Dynamic Mutual Information and Support Vector Machine for Customer Loyalty Classification. *Journal of Physics: Conference Series*, 1338(1), 12050. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1338/1/012050>
- Sulistiani, H., Setiawansyah, S., & Darwis, D. (2020). Penerapan Metode Agile untuk Pengembangan Online Analytical Processing (OLAP) pada Data Penjualan (Studi Kasus: CV Adilia Lestari). *Jurnal CoreIT: Jurnal Hasil Penelitian Ilmu Komputer Dan Teknologi Informasi*, 6(1), 50–56.
- Sulistiyawati, A., & Supriyanto, E. (2021). Implementasi Algoritma K-means Clustering dalam Penentuan Siswa Kelas Unggulan. *Jurnal Tekno Kompak*, 15(2), 25. <https://doi.org/10.33365/jtk.v15i2.1162>
- Suprayogi, S., Pranoto, B. E., Budiman, A., Maulana, B., & Swastika, G. B. (2021). Pengembangan Keterampilan Menulis Siswa SMAN 1 Semaka Melalui Web Sekolah. *Madaniya*, 2(3), 283–294. <https://doi.org/10.53696/27214834.92>
- Suprayogi, S., Puspita, D., Putra, E. A. D., & Mulia, M. R. (2022). Pelatihan Wawancara Kerja Bagi Anggota Karang Taruna Satya Wira Bhakti Lampung Timur. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 356–363. <https://doi.org/10.31004/cdj.v3i1.4494>

- Surahman, A., Octaviansyah, A. F., & Darwis, D. (2020). Ekstraksi Data Produk E-Marketplace Sebagai Strategi Pengolahan Segmentasi Pasar Menggunakan Web Crawler. *SISTEMASI: Jurnal Sistem Informasi*, 9(1), 73–81.
- Surahman, A., Wahyudi, A. D., & Sintaro, S. (2020). *Implementasi Teknologi Visual 3D Objek Sebagai Media Peningkatan Promosi Produk E-Marketplace*.
- Susanto, E. R., Puspaningrum, A. S., & Neneng, N. (2019). Kombinasi Gifshuffle, Enkripsi AES dan Kompresi Data Huffman Untuk Meningkatkan Keamanan Data. *Jurnal Tekno Kompak*, 15(1), 1–12.
- Sutanto, F., Samsurizal, E., & Budi, G. S. (2014). Analisa Perhitungan Struktur Bangunan Gedung Head Office Dan Showroom Yamaha Pontianak. *Jurnal Mahasiswa Teknik Sipil Universitas Tanjungpura*, 3(2), 1–9.
- Suwarni, E., Handayani, M. A., Fernando, Y., Saputra, F. E., & Candra, A. (2022). Penerapan Sistem Pemasaran berbasis E-Commerce pada Produk Batik Tulis di Desa Balairejo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 187–192.
- Syaifulloh, M. D., & Aguss, R. M. (2021). *Analisis peningkatan gerak dasar dalam permainan kasti*. 1(1), 51–57.
- Teknologi, J., Jtsi, I., Sari, D. D., Isnaini, F., Informasi, S., Teknik, F., & Indonesia, U. T. (2021). *SISTEM INFORMASI PENGOLAHAN DATA KELEMBAGAAN MADRASAH (STUDI KASUS : KEMENTERIAN AGAMA PESAWARAN)*. 2(4), 74–80.
- Utami Putri, N. (2022). Rancang Bangun Perangkat Hama Serangga Pada Padi Dengan Sumber Sel Surya (Studi Kasus: Rama Otama 1, Seputih Raman, Lampung Tengah, Lampung). *Electrician*, 16(1), 123–128. <https://doi.org/10.23960/elc.v16n1.2265>
- Wahyono, Wibowo, M. E., Ashari, A., & Putra, M. P. K. (2021). Improvement of Deep Learning-based Human Detection using Dynamic Thresholding for Intelligent Surveillance System. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 12(10), 472–477. <https://doi.org/10.14569/IJACSA.2021.0121053>
- Wahyudi, A. D., Surahman, A., & ... (2021). Penerapan Media Promosi Produk E-Teknologiterkini.org

- Marketplace Menggunakan Pendekatan AIDA Model dan 3D Objek. *Jurnal Informatika* ..., 6(1), 35–40.
<http://ejournal.poltektegal.ac.id/index.php/informatika/article/view/2304>
- Wantoro, A., Samsugi, S., & Suharyanto, M. J. (2021). Sistem Monitoring Perawatan dan Perbaikan Fasilitas PT PLN (Studi Kasus : Kota Metro Lampung). *Jurnal TEKNO KOMPAK*, 15(1), 116–130.
- Warsela, M., Wahyudi, A. D., & Sulistiyawati, A. (2021). PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT UNTUK Mendukung Marketing Credit Executive (STUDI KASUS: PT FIF GROUP). *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 2(2), 78–87.
- Windane, W. W., & Lathifah, L. (2021). E-Commerce Toko Fisago.Co Berbasis Android. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 2(3), 285–303.
<https://doi.org/10.33365/jatika.v2i3.1139>
- Yanuarsyah, M R, Muhaqiqin, M., & ... (2021). Arsitektur Informasi Pada Sistem Pengelolaan Persediaan Barang (Studi Kasus: Upt Puskesmas Rawat Inap Pardasuka Pringsewu). *Jurnal Teknologi Dan ...*, 2(2), 61–68.
- Yanuarsyah, M Ramdhani, Muhaqiqin, M., ..., & Napianto, R. (2021). Arsitektur Informasi Pada Sistem Pengelolaan Persediaan Barang (Studi Kasus: Upt Puskesmas Rawat Inap Pardasuka Pringsewu). *Jurnal Teknologi Dan ...*, 2(2), 61–68.
<http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/sisteminformasi/article/view/869>
- Yusmaida, Y., Neneng, N., & Ambarwari, A. (2020). Analisis Perbandingan Social Commerce Dari Sudut Pengguna Website. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 1(1), 68–74.