

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENGARUH MINAT PENGGUNAAN
APLIKASI SHOPEE DENGAN PENDEKATAN *TECHNOLOGY
ACCEPTANCE MODEL (TAM)***

SKRIPSI



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2024**

KARYA TUGAS AKHIR MAHASISWA

JUDUL PENELITIAN:

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENGARUH MINAT PENGGUNAAN
APLIKASI SHOPEE DENGAN PENDEKATAN *TECHNOLOGY
ACCEPTANCE MODEL (TAM)***

SKRIPSI

Disusun dan Diajukan Oleh:

**A. Ayu Andira
NIM:105731115620**

**Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Akuntansi Pada Program Studi Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

2024

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.

(Q.S Al-Baqarah 286)

Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirku, dan apa yang ditakdirkan untukku tidak akan pernah melewatkanmu.

Umar bin Khatab

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kepada Allah SWT. Yang telah memberikan nikmat yang sangat luar biasa, memberi saya kekuatan membekali saya dengan ilmu pengetahuan serta memperkenalkan saya dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan yang engkau berikan, akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan tepat waktu. Shalawat serta salam selalu tercurah limpahkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW.

Segala Perjuangan saya hingga titik ini, saya persembahkan teruntuk Kedua orang tuaku Etta Umar dan Ibu Hasni, Etta dan mama yang selalu mendoakan untuk kebaikan anak-anaknya, selalu memberikan kasih sayang, cinta, dukungan dan motivasi. Menjadi suatu kebanggaan memiliki orang tua yang mendukung anaknya untuk mencapai cita-cita Terima Kasih Etta dan mama telah membuktikan kepada dunia bahwa anak petani bisa menjadi sarjana. Adikku tercinta yang senantiasa memberikan semangat, Terimakasih keluarga besar yang selalu memberikan dukungan baik secara moral maupun material. Serta sahabat-sahabatku yang telah membantu dan mensupport dalam menyelesaikan skripsi ini.

PESAN DAN KESAN

Almamaterku Tercinta Tempat Menimba Ilmu di Universitas Muhammadiyah Makassar, Terimakasih.



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 295 Gedung iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866972 Makassar

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Penelitian : Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Minat Penggunaan Aplikasi Shopee Dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM)
Nama Mahasiswa : A. Ayu Andira
No. Stambuk/ NIM : 105731115620
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

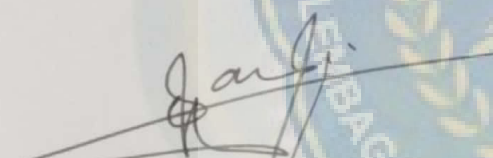
Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa, dan diujikan didepan panitia penguji skripsi strata satu (S1) pada tanggal 25 Mei 2024 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

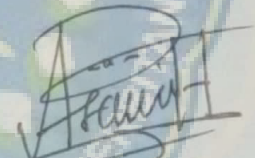
Makassar, 25 Mei 2024

Menyetujui

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Syamsuddin, S.Pd., M.Ak
NIDN: 0909107902

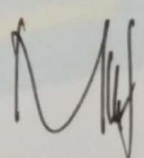

Asriani Hasan, SE., M.Sc
NIDN: 0916028902

Mengetahui:



Dr. Andi Jam'an, S.E., M.Si
NBM: 651 507

Ketua Program Studi


Mira, SE., M. Ak., Ak
NBM: 128 6844



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

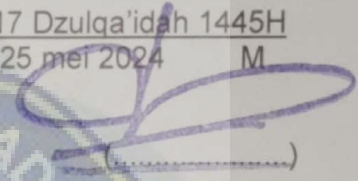
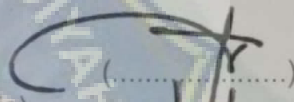
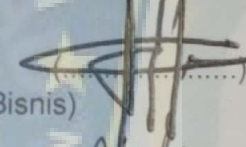
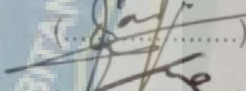
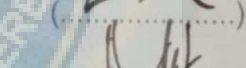
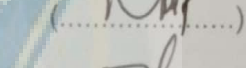
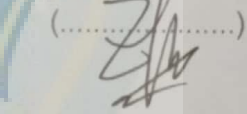
Jl. Sultan Alauddin No. 295 Gedung iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi atas Nama: A. Ayu Andira, Nim:105731115620 diterima dan disahkan oleh panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor: 0007/SK-Y/62201/091004/2024 M, Tanggal 17 Dzulq'adah 1445 H/ 25 Mei 2024 M. Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar **Sarjana Akuntansi** pada program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 17 Dzulq'adah 1445H
25 mei 2024 M

PANITIA UJIAN

1. Pengawas umum: Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag
(Rektor Unismuh Makassar) 
2. Ketua : Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis) 
3. Sekretaris : Agusdiwana Suarni, S.E., M.Acc
(Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis) 
4. Penguji : 1. Dr. Syamsuddin, S.Pd., M.Ak 
2. Andi Arman, SE., M.Si., Ak., CA 
3. Mira, S.E., M.Ak., Ak 
4. Sitti Zulaeha, S.Pd., M.Si 

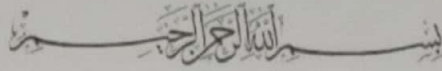
Disahkan Oleh,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar


Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si
NBM: 651 507



PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Jl. Sultan Alauddin No. 295 Gedung iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866972 Makassar



SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : A. Ayu Andira

Stambuk : 105731115620

Program Studi : Akuntansi

Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Minat Penggunaan Aplikasi Shopee Dengan Pendekatan *Technology Acceptance model* (TAM)

Dengan ini menyatakan bahwa,

Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI hasil karya Sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa pun.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar.

Makassar, 25 Mei 2024

Yang membuat pernyataan



Ayu Andira

NIM: 105731115620

Diketahui oleh:

Dekan



Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si
NBM: 651 507

Ketua Program Studi,

Mira, SE., M.Ak., Ak
NBM: 128 6844

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Makassar, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : A. Ayu Andira
NIM : 105731115620
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Makassar **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty Free Right)** atas karya ilmiah yang berjudul:

Analisis Pengendalian Biaya Produksi Untuk Penentuan Harga Jual Pada UD.
Mansur Mebel

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Makassar berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Makassar, 25 Mei 2024

Yang membuat pernyataan,



A. Ayu Andira
NIM: 105731115620

ABSTRAK

A. AYU ANDIRA. 2024. Analisis Minat Penggunaan Aplikasi Shopee dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM). Skripsi. Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh: Syamsuddin dan Asriani Hasan.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh penerimaan penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi shopee dengan pendekatan *technology acceptance model* (tam). Sampel ini diambil dari 7 Kecamatan yang ada di Kota Makassar yaitu Kecamatan Tallo, Kecamatan Mamajang, Kecamatan Tamalate, Kecamatan Manggala, Kecamatan Panakukang, Kecamatan Tamalanrea, Kecamatan Rappocini sejumlah 100 responden. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan dan berhubungan dengan masalah yang diteliti. Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah data primer. Instrumen penelitian menggunakan metode skala likert. Berdasarkan hasil penelitian data dengan menggunakan perhitungan statistik melalui aplikasi *Statistical Package for the Social Science* (SPSS) versi 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa:(1) *Perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan sebesar 0.135 terhadap minat penggunaan pada aplikasi shopee (2) *Perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan sebesar 0.432 terhadap minat penggunaan pada aplikasi shopee (3) *Attitude toward using* berpengaruh positif dan signifikan sebesar 0.341 terhadap minat penggunaan pada aplikasi shopee (4) *Behavioral Intention to use* berpengaruh positif dan signifikan sebesar 0.117 terhadap minat penggunaan pada aplikasi shopee.

Kata Kunci: Minat Pengguna, *E-commerce*, *Technology Acceptance Model* (TAM)

ABSTRACT

A. AYU ANDIRA. 2024. Analysis of Interest in Using the Shopee Application with the Technology Acceptance Model (TAM) Approach. Thesis. Department of Accounting, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar. Supervised by: Syamsuddin and Asriani Hasan.

This research is a type of quantitative research with the aim of knowing the effect of acceptance of the use of e-commerce-based accounting information systems on the shopee application with the technology acceptance model (tam) approach. This sample was taken from 7 sub-districts in Makassar City, namely Tallo District, Mamajang District, Tamalate District, Manggala District, Panakukang District, Tamalanrea District, Rappocini District, totaling 100 respondents. The type of data used in this study is quantitative data obtained from questionnaires distributed and related to the problem under study. In this study the data source used was primary data. The research instrument uses the Likert scale method. Based on the results of data research using statistical calculations through the Statistical Package for the Social Science (SPSS) version 26 application. The results of this study indicate that: (1) Perceived ease of use has a positive and significant effect of 0.135 on interest in use in the shopee application (2) Perceived usefulness has a positive and significant effect of 0.432 on interest in use in the shopee application (3) Attitude towards using has a positive and significant effect of 0.341 on interest in use in the shopee application (4) Behavioral Intention to use has a positive and significant effect of 0.117 on interest in use in the shopee application.

Keywords: User Interest, E-commerce, Technology Acceptance Model (TAM)



KATA PENGANTAR



Puji dan syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba-nya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta keluarganya, sahabat dan para pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakala penulisan skripsi yang berjudul “**Analisis faktor-faktor pengaruh minat penggunaan aplikasi shopee dengan pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)***”

Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua penulis bapak Umar dan Ibu Hasni yang senantiasa memberi harapan, semangat, perhatian, kasih sayang dan doa tulus. Dan saudara-saudaraku tercinta yang senantiasa mendukung dan memberikan semangat hingga akhir studi ini. Dan seluruh keluarga besar atas segala pengorbanan, serta dukungan baik materi maupun moral, dan doa restu yang telah diberikan demi keberhasilan penulis dalam menuntut ilmu. Semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis menjadi ibadah dan cahaya penerang kehidupan didunia dan di akhirat.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Begitu pula

penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih banyak disampaikan dengan hormat kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag, Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Bapak Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Ibu Mira, S.E.,M.Ak selaku Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Syamsuddin, S.Pd., M.Ak selaku Pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing, membantu dan mengarahkan penulis, sehingga Skripsi selesai dengan baik.
5. Ibu Asriani Hasan, SE., M.Sc selaku Pembimbing II yang telah berkenan membantu selama dalam penyusunan skripsi hingga ujian skripsi.
6. Bapak/Ibu dan Asisten Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah banyak menuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah.
7. Segenap Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
8. Rekan-rekan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Akuntansi Angkatan 2020 yang selalu belajar dan berjuang bersama.
9. Terima kasih banyak teruntuk semua kerabat yang tidak bias saya tulis satu persatu yang telah memberikan semangat, kesabaran, motivasi, dan dukungannya sehingga penulis dapat merampungkan penulisan skripsi ini.
Akhirnya, sungguh penulis sangat menyadari bahwa Skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kepada semua pihak utamanya

para pembaca yang budiman, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritiknya demi kesempurnaan Skripsi ini.

Mudah-mudahan Skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada Almamater tercinta Kampus Biru Universitas Muhammadiyah Makassar.

Billahi fii Sabilil Haq, fastabiqul Khairat, Wassalamu'alaikum Wr.Wb.



Makassar, 18 April 2024

Penulis

A. Ayu Andira

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Tinjauan Teori	8
B. Penelitian Terdahulu.....	12
C. Kerangka Konseptual	16
D. Hipotesis Penelitian	17
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
A. Jenis Penelitian	21
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	21
C. Jenis dan Sumber Data	21
D. Populasi dan Sampel.....	21
E. Metode Pengumpulan Data	23
F. Definisi Operasional Variabel	24

G. Metode Analisis Data.....	26
H. Uji Hipotesis	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	32
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	32
B. Uji Hipotesis	51
C. Pembahasan	56
BAB V PENUTUP	59
A. Kesimpulan.....	59
B. Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA.....	61



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Technology Acceptance Model (TAM).....	9
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	16
Gambar 4.1 Logo Shopee.....	34
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Aplikasi Shopee	34
Gambar 4.3 Q-Q Plot Nilai Residual Model Regresi.....	46
Gambar 4.4 <i>Scatterplot</i> Uji Homoskedastisitas	48



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3.1 Skor Skala Likert.....	24
Tabel 3.2 Variabel Indikator	25
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	37
Tabel 4.2 Usia Responden	37
Tabel 4.3 Pendidikan Responden	38
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden.....	39
Tabel 4.5 Asal Responden.....	40
Tabel 4.6 Frekuensi pengguna aplikasi shopee	41
Tabel 4.7 Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	41
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	43
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	44
Tabel 4.10 Uji Normalitas Residual.....	45
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas	47
Tabel 4.12 Uji Heteroskedastisitas.....	49
Tabel 4.13 Hasil Uji Durbin Watson	51
Tabel 4.14 Hasil Uji Statistik Regresi Linear berganda	52
Tabel 4.15 Hasil Uji T (Uji Parsial)	53
Tabel 4.16 Hasil Pengujian untuk Koefisien Determinasi	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian	64
Lampiran 2 : Penyebaran Kuesioner Secara Langsung	72
Lampiran 3 : Surat Izin Penelitian	74
Lampiran 4 : Tabulasi Data Kuesioner Penelitian.....	77
Lampiran 5 : Data Karakteristik Responden.....	92
Lampiran 6 : Hasil Uji Validasi dan Reliabilitas	102
Lampiran 7 : Hasil Uji Asumsi Klasik.....	106
Lampiran 8 : Hasil Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji Hipotesis	108
Lampiran 9 : Hasil Turnitin	109
Lampiran 10 : Hasil Validasi Data	120
Lampiran 11 : Hasil Validasi Abstrak.....	121



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Teknologi era globalisasi memainkan peran penting dalam informasi dan kegiatan lainnya, termasuk yang berkaitan dengan kesehatan, pendidikan, ekonomi, dan bidang lainnya. Tidak mungkin memisahkan dampak pertumbuhan jaringan komunikasi dan kemajuan teknologi khususnya perkembangan internet yang semakin canggih dari pembentukan tren (Deananda et al., 2020). Karena kecepatan Internet, banyak teknologi kini dapat membantu mempublikasikan berbagai materi dalam bentuk elektronik dengan cara yang efisien dan ramah pengguna. Teknologi ini juga memungkinkan mekanisme untuk memberikan sistem navigasi umum dan database terpusat dapat dimanfaatkan oleh semua orang dengan cara yang tidak terlalu rumit (Rehatalanit, 2021). Tidak diragukan lagi, kemajuan teknologi informasi dalam lingkungan bisnis saat ini sangat penting bagi kemampuan wirausahawan dalam mengelola dan mengembangkan perusahaannya (Lovita & Susanty, 2021).

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi membuat tugas sehari-hari masyarakat semakin mudah dilaksanakan. Internet ialah salah satu contoh kemajuan teknis di mana seseorang dapat memanfaatkan internet untuk berbagai tujuan termasuk belajar transaksi komersial dan komunikasi. Mayoritas masyarakat Indonesia mulai memahami betapa bermanfaatnya internet dan betapa nyamannya mengakses dimana pun dan kapan pun (Cirly sarastila, et al., 2021).

Teknologi yang lebih maju akan terus dikembangkan melalui kemajuan teknologi. Teknologi informasi, akuntansi, dan kemajuan teknologi terus saling terikat. Beberapa kemajuan teknologi juga dilaksanakan secara online. Bidang akuntansi dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi, khususnya sistem informasi akuntansi. Sistem informasi akuntansi terkenal karena operasi bisnisnya terkait dengan setiap siklus bisnis. Akibatnya, meskipun SIA ada bisnislah yang bertanggung jawab atas sistem tersebut (Aulia Safitri dan Aini Rahmah, 2023).

Pengusaha di dunia digital saat ini harus terus-menerus terlibat agar dapat mengikuti kemajuan teknologi informasi yang begitu cepat. Perusahaan harus memiliki pangsa atau tujuan yang luas, daya saing yang unggul, dan hubungan yang solid dengan pelanggan di berbagai pasar agar tetap kompetitif. Untuk meningkatkan daya saing, salah satu teknologi yang dapat dimanfaatkan adalah *e-commerce* (Kurniawan *et al.*, 2022). *E-commerce* ialah pasar tempat bisnis memperdagangkan nilai satu sama lain memakai platform teknologi berbasis internet, baik sebagai individu maupun organisasi. Program *e-commerce* sendiri juga memanfaatkan berbagai sumber daya, termasuk halaman web, ponsel, dan internet. Perdagangan elektronik, atau *e-commerce* ialah pertukaran online transaksi elektronik bisnis ke bisnis atau bisnis ke perusahaan antara bisnis yang memakai teknologi informasi. Saat membeli sesuatu secara online, pelanggan tidak dapat melihat barang tersebut secara fisik tetapi dapat mempelajarinya dari informasi penjual (Minan, 2021).

Saat ini e-commerce banyak dipakai dan menjadi tren. Klaim yang berdasarkan studi Badan Pusat Statistik ini memperlihatkan jika jumlah pengguna *e-commerce* meningkat secara signifikan dalam beberapa tahun terakhir dan *e-commerce* memberikan dampak positif yang signifikan terhadap pembangunan ekonomi Indonesia. *E-commerce* memungkinkan Anda menyelesaikan operasi transaksi bisnis umum dengan cepat dan mudah tanpa menghabiskan banyak waktu (Hervilia et al., 2022).

Perangkat lunak *e-commerce* Shopee pertama kali diperkenalkan di Singapura pada tahun 2009 dan sejak itu menyebar ke Indonesia, Malaysia, Thailand, Vietnam, Filipina, Taiwan, dan negara-negara lainnya. Shopee diawasi oleh Garena, sebelumnya dikenal sebagai SEA Group, sebuah perusahaan Singapura yang terkenal sebagai penerbit video game *Point Blank*. Shopee memfasilitasi belanja online bagi pelanggan dengan menyediakan berbagai kategori produk, antara lain makanan dan barang, pakaian pria dan wanita, komputer dan aksesoris, buku, alat tulis, dan lainnya, semuanya dapat diakses melalui smartphone (Anthony dan Sama, 2021).

Hingga pertengahan tahun 2023, aplikasi belanja shopee tetap mempertahankan dominasi di pasar *e-commerce* Indonesia. Hal ini ditandai dengan pengunjung shopee lebih banyak dibandingkan pemain *e-commerce* lainnya. Demikian berdasarkan data SimilarWeb yang memperlihatkan pada Mei 2023, Shopee dikunjungi oleh 161 juta pengunjung. Sementara Tokopedia dikunjungi 106 juta pengunjung, dan lazada dengan 70 pengunjung. Kemudian, Data.ai juga mencatat

sepanjang 2022, shopee tercatat sebagai platform belanja online nomor satu di Indonesia dengan jumlah total unduhan terbanyak baik di Google Play atau Apple Store, dan menjadi platform belanja online nomor satu dalam jumlah pengguna aktif bulanan terbanyak. Setidaknya, ada jumlah penyebab yang menempatkan shopee sebagai pemain utama di pasar *e-commerce*. Salah satunya, manfaat yang didapat penjual atau seller, misalnya pada momentum Ramadhan dimana aktivitas belanja online cenderung sangat tinggi.

Mengacu pada paparan hasil survey Ipsos bertajuk '*Understanding the Potentiality in e-commerce seller,*' manfaat yang paling dirasakan oleh seller dari bergabung di sebuah *marketplace* adalah adanya kampanye tematik (66 persen). Selanjutnya ragam pilihan layanan pengiriman (57 persen), fitur-fitur interaktif (52 persen), muncul lebih banyak potensi pelanggan (43 persen), dan banyak promo menarik (95 persen) yang diberikan oleh *marketplace* pada bulan ramadhan. Dibandingkan platform *e-commerce* lain, lebih dari setengah responden pada riset yang sama menilai shopee (67 persen) menempati urutan pertama di benak online seller, diikuti Tokopedia (16 persen), Lazada (6 persen), dan Tiktok Shop di bawah 6 persen. Hal ini didukung indikator lain, yaitu *Brand Used Most Often (BUMO)*, dengan posisi shopee pada peringkat pertama (80 persen), disusul Tokopedia (10 persen), sementara Lazada dan Tiktok Shop mendapat angka 6 persen.

Banyak dunia usaha, kini mengandalkan teknologi informasi terkini agar tetap kompetitif dan mengakses pasar global akibat meningkatnya persaingan di era globalisasi. Produktivitas pengguna dapat ditingkatkan

seperti kemampuan melakukan pemesanan dan melihat inventaris produk (Deananda *et al.*, 2020).

Dari beberapa isu yang telah diangkat maka penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki faktor-faktor minat penggunaan aplikasi shopee. *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan model yang dianggap paling tepat dalam menjelaskan bagaimana pengguna menerima sebuah sistem. Model ini dikembangkan oleh Davis (1989).

Dengan model TAM (*technology acceptance model*) kita dapat melihat penerimaan pengguna aplikasi shopee dengan melihat dari persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) sikap (*attitude*), niat untuk menggunakan (*intention to use*) dan *Actual System Usage* durasi penggunaan. Penulis tertarik untuk melakukan evaluasi penerimaan pengguna aplikasi shopee dengan pendekatan *technology Acceptance Model* (TAM).

Berdasarkan fenomena masalah dalam latar belakang penelitian ini, maka penulis mengambil penelitian dengan judul:

“Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Minat Penggunaan Shopee Dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi shopee?

2. Apakah *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi shopee?
3. Apakah *Attitude toward Using Technology* berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi shopee?
4. Apakah *Behavioral Intention to Use* berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi shopee?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui *perceived ease of use* berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi shopee.
2. Untuk mengetahui *perceived usefulness* berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi shopee.
3. Untuk mengetahui *Attitude toward Using Technology* berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi shopee.
4. Untuk mengetahui *Behavioral Intention to Use* berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi shopee.

D. Manfaat Penelitian

Setiap penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya maupun yang secara langsung terkait didalamnya. Adapun manfaat penelitian ini adalah:

a. Manfaat Akademik

Penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang mendalam tentang preferensi pengguna dan membantu dalam merancang strategi

pemasaran dalam merancang strategi pemasaran dan pengembangan aplikasi yang efektif. Ini bisa berdampak positif pada penelitian akademik dan praktik bisnis.

b. Manfaat Praktis

Secara praktis, pemilik Shopee dan pemangku kepentingan perusahaan lainnya akan mendapatkan manfaat besar dari saran yang diberikan penelitian ini. Hal ini dapat membantu meningkatkan pengambilan keputusan, meningkatkan produktivitas, dan menciptakan pelatihan yang diperlukan.

c. Manfaat Teoritis

Dalam hal teoritis, penelitian ini dapat dapat mendukung pengembangan *technology acceptance model* (TAM) dengan mempertimbangkan konteks *e-commerce* dan karakteristik penggunanya. Mengidentifikasi hubungan antara variabel-variabel dalam model *technology acceptance model* (TAM) dengan variabel-variabel dalam kontekstual yang mungkin mempengaruhi minat penggunaan aplikasi *e-commerce* secara luas.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori

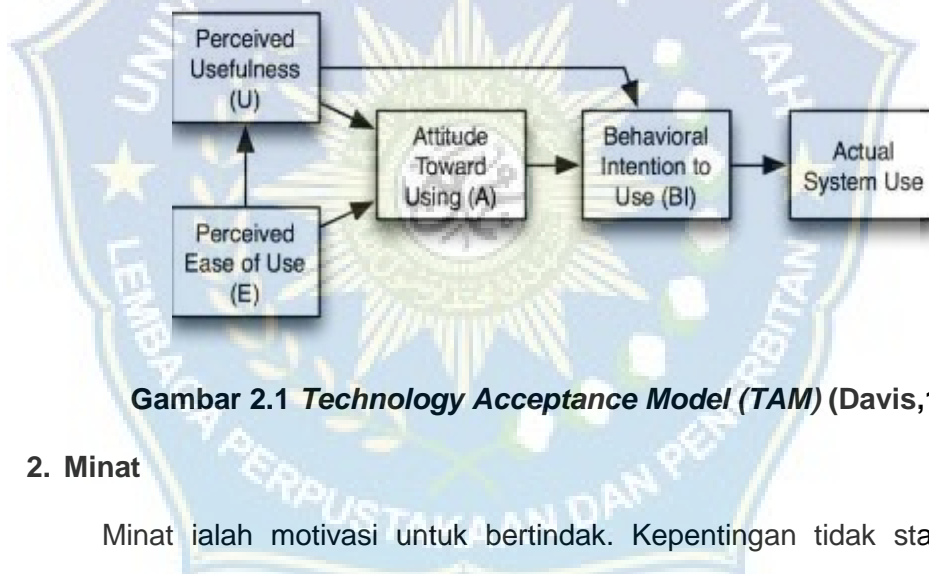
1. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM), Yang diperkenalkan oleh Davis pada tahun (1989) yang memodifikasi dari kepercayaan (*belief*), Sikap (*attitude*), intensitas (*intention*), dan hubungan perilaku pengguna (*user behaviour relationship*) yang mengadopsi dari komponen-komponen *Theory of Reason Action* (TRA). *Technology Acceptance Model (TAM)* bertujuan untuk menjelaskan aspek-aspek yang berkontribusi terhadap penerimaan teknologi berbasis informasi secara keseluruhan. Selain itu, *Technology Acceptance Model (TAM)* juga dapat dipakai untuk menggambarkan perilaku pengguna akhir teknologi informasi, termasuk berbagai kelompok pengguna dan perilaku yang dapat menjadi dasar untuk memahami bagaimana variabel luar mempengaruhi landasan psikologis. Biasanya, *Technology Acceptance Model (TAM)* dipakai untuk menyelidiki bagaimana individu bersentuhan dengan kemajuan teknologi baru dan faktor-faktor apa yang dapat mempengaruhi pilihan, pengakuan, dan tujuan mereka dalam memanfaatkan inovasi (Purwanto dan Budiman, 2020). *Technology Acceptance Model (TAM)* juga menyatakan bahwa niat untuk menggunakan teknologi tertentu menentukan kesediaan seseorang untuk mau menggunakan teknologi atau tidak.

Technology Acceptance Model (TAM) memiliki 5 variabel utama yang digunakan untuk memprediksi penerimaan pengguna persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan pengguna (*perceived*

ease of use) yang mempengaruhi sikap terhadap pengguna (*attitude toward using*), niat pengguna (*behavioral intention to use*) dan akhirnya menunjukkan pengguna nyata dari system (*actual system use*) (Davis,1989)

Technology Acceptance Model (TAM) memberikan sebuah penjelasan kuat dan sederhana dalam menerima teknologi dan perilaku para penggunanya (Davis,1989). *Technology Acceptance Model (TAM)* adalah sebuah model yang dirancang untuk memprediksi penerimaan aplikasi komputer dan faktor-faktor yang langsung berkaitan dengannya. Dapat terlihat dari gambar berikut.



Gambar 2.1 *Technology Acceptance Model (TAM)* (Davis,1989)

2. Minat

Minat ialah motivasi untuk bertindak. Kepentingan tidak stabil dan dapat berubah sewaktu-waktu. Gagasan tindakan yang beralasan menyatakan bahwa keadaan pribadi dan sosial dapat mempengaruhi kepentingan individu. Perbuatan seseorang yang mengalami perasaan senang atau tidak enak pada saat melakukan suatu tindakan disebut dengan unsur pribadi. Hal ini dapat mempengaruhi kesediaan seseorang untuk terlibat atau tidak melakukan tindakan yang dianggap dapat diterima. Minat berasal dari faktor eksternal, kesadaran akan kebutuhan,

pengenalan produk dan evaluasi alternatif adalah hal yang dapat menumbuhkan minat beli konsumen (Kanuk 2008:25). Minat sebagai aspek kejiwaan yang mendorong perilaku seseorang agar melakukan aktivitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik pada sesuatu.

3. *E-commerce*

E-commerce menurut Kim dan Moon (1998) ialah proses mengkomunikasikan rincian tentang barang dan jasa serta prosedur pembayaran melalui telepon, internet, dan platform digital lainnya. Namun *e-commerce* menurut Bourakis, Kourgiantakis, dan Migdalas (2002) ialah perdagangan produk dengan memakai jaringan internet. Selain itu Quayle mencatat pada tahun 2002 bahwa *e-commerce* digambarkan sebagai pertukaran data elektronik antara pembeli dan penjual memakai email, perangkat seluler, dan jaringan yang terhubung ke internet dan intranet.

4. *Shopee*

Shopee ialah perusahaan *e-commerce* internasional yang memulai debutnya sebagai pasar seluler pertama di Asia Tenggara di Singapura pada awal tahun 2015. *Shopee* memperluas lokasinya di Malaysia, Vietnam, dan Thailand untuk lebih melayani tuntutan gaya hidup pria dan wanita di Asia Tenggara seiring perkembangan zaman. Bergerak cepat ke depan. Setelah itu, *Shopee* membuka toko di Indonesia pada bulan Desember 2015 untuk melayani populasi pria dan wanita yang luas dan menembus pasar Indonesia. *E-commerce Shopee* menawarkan sejumlah insentif, seperti pengiriman gratis, diskon beberapa barang, dan promosi lainnya, yang menarik pengguna untuk membeli di sana. Selain itu,

Shopee menyediakan opsi toko *online* bagi mereka yang ingin mendirikan bisnis dan mengiklankan barang dan jasa di platformnya.

5. Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*)

Persepsi kemudahan (*perceived Ease of Use*) merujuk pada Persepsi pengguna tentang seberapa mudah sistem atau teknologi tertentu dapat digunakan. Ini berkaitan dengan tingkat kenyamanan, kemudahan, dan kejelasan dalam menggunakan suatu teknologi.

6. Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*)

Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) merujuk pada pandangan atau keyakinan pengguna terhadap sejauh mana sistem teknologi dapat memberikan manfaat atau meningkatkan kinerja mereka dalam melakukan suatu tugas atau aktivitas tertentu.

7. Sikap terhadap perilaku (*Attitude Toward Using*)

Sikap terhadap perilaku (*attitude towards behavior*) didefinisikan oleh Davis et.al (1989) sebagai perasaan-perasaan positif atau negatif dari seseorang jika harus melakukan perilaku yang akan ditentukan.

8. Niat Perilaku (*Behavioral Intention*)

Behavioral intention to use merupakan kecenderungan atau keinginan seseorang untuk menggunakan sistem informasi (Davis, 1989) *Behavioral intention to use* memiliki pengaruh pada penggunaan teknologi sesungguhnya serta dipengaruhi oleh sikap dan kegunaan. Ada dua indikator untuk mengukur konstruksi niat, yaitu penggunaan sistem untuk menyelesaikan pekerjaan (*carrying out the task*) dan penggunaan rencana pemanfaatan di masa depan (*planned utilization in the future*).

9. Minat Penggunaan Aplikasi Shopee

Minat adalah keinginan untuk melakukan sesuatu. Minat merupakan sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, kemudian timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut dan akhirnya timbul keinginan untuk membeli dan dapat memiliki produk tersebut. Menurut Dewi dan Warmika (2016) Minat adalah suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Menurut Davis et al (1989) indikator minat menggunakan yaitu: akan bertransaksi, akan merekomendasikan dan akan terus menggunakan.

B. Penelitian Terdahulu

Peneliti mengumpulkan beberapa penelitian terdahulu, sebagai referensi dan perbandingan dalam penelitian ini. Beberapa penelitian terdahulu yaitu sebagai berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel (Kuantitatif)	Metode	Hasil Penelitian
1.	Angela Deananda Putri Budiastuti & Dul Muid (2020)	Analisis faktor-faktor minat penggunaan SIA berbasis e-commerce pada aplikasi shopee dengan menggunakan teori TAM	(X1), Persepsi kegunaan (X2), Persepsi kemudahan (X3), Resiko (X4), Kepercayaan (Y) Minat penggunaan	Analisis Regresi berganda	Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, resiko, kepercayaan dan sikap terhadap penggunaan berpengaruh terhadap minat penggunaan SIA berbasis e-commerce pada aplikasi shopee dengan menggunakan TAM

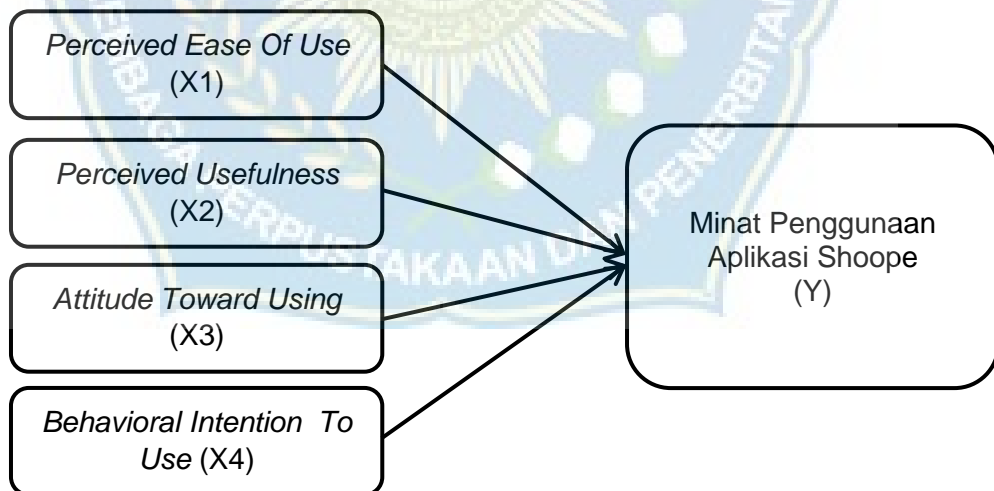
2.	Wahyuni Nur & Brady Rikumahu (2019)	Penggunaan <i>Technology Acceptance Model TAM</i> Dalam Analisis Minat Penggunaan E-Money Pada Mahasiswa Universitas Telkom	(X1), Persepsi Manfaat (X2), Persepsi Kemudahan (X3), Resiko (Y), Minat penggunaan	Analisis deskriptif dan menggunakan analisis regresi berganda	Penelitian ini menggunakan 380 responden dengan hasil persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko baik secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan e-money
3.	I Putu Oka Mahendra (2019)	Pengaruh kesiapan teknologi, sumber daya manusia, kerumitan, keamanan, dan kerahasiaan terhadap minat menggunakan e-filing	(X1) Persepsi manfaat kegunaan (X2) Persepsi Kemudahan pengguna (X3) Persepsi Sikap (Y) Minat Penggunaan	Analisis Statistik Deskriptif dan Analisis Regresi Linier Berganda	Kesiapan teknologi, sumber daya manusia, kerumitan, keamanan kerahasiaan berpengaruh terhadap minat penggunaan
4.	Aditiya Nurul Rohman & Moh Mukhsin & Gerry Ganika 2023	Penggunaan <i>Technology Acceptance Model</i> Dalam Analisis Actual Use Penggunaan E-commerce Tokopedia Indonesia	(X1) Persepsi Kemudahan (X2) Persepsi Kegunaan (X3) Persepsi Sikap (X4) Persepsi Niat berperilaku (Y) Minat Penggunaan	Analisis regresi linier berganda.	Dari hasil penelitian yang dilakukan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan positif terhadap penggunaan Aktual. dan persepsi kegunaan variabel mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap penggunaan aktual, Variabel sikap terhadap penggunaan mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap penggunaan Aktual, dan variabel niat berperilaku untuk menggunakan berpengaruh penggunaan sebenarnya.

5.	Andre Mayjksen dan Desi Pibriani (2020)	<i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> untuk menganalisis penerimaan penggunaan aplikasi belanja online XYZ.	(X1) Persepsi kemudahan penggunaan (X2) Persepsi Kegunaan (X3) Sikap menggunakan teknologi (X4) Niat perilaku untuk menggunakan (Y) Penggunaan teknologi sesungguhnya	metode statistik dengan menggunakan aplikasi SmartPLS.	Hasil dari penelitian ini yaitu 7 hipotesis yang diajukan, ketujuh hipotesis tersebut dapat diterima dan berpengaruh positif.
6.	Taufik Hidayat & Dilla Selik Canta (2022)	Analisis Kepuasan pengguna terhadap penerapan aplikasi Tokopedia dengan menggunakan metode TAM	(X1) Pemakai aplikasi (X2) Kemudahan aplikasi (X3) Manfaat aplikasi (X4) Resiko aplikasi (Y) Kepercayaan pengguna.	Teknik Analisis Deskriptif.	Dari hasil persepsi kepuasan dapat dinyatakan bahwa mahasiswa STMIK BI Balikpapan puas dalam menggunakan aplikasi Tokopedia.
7.	Muhammad Ulil Albab & Maslichh dan Afifuddin (2023)	Analisis faktor yang mempengaruhi minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis <i>E-commerce</i> pada aplikasi penjualan online menggunakan <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> (Studi kasus pada pelaku UMKM di kota Malang)	(X1), Persepsi Kemudahan penggunaan (X2), Persepsi kemanfaatan (X3), Kepercayaan (Y), Minat perilaku penggunaan sistem informasi akuntansi.	Analisis Regresi Linier Berganda, Statistik Deskriptif, Uji Instrumen, Uji Normalitas, Uji Asumsi Klasik, dan Uji Hipotesis.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi kemudahan penggunaan, kegunaan, dan kepercayaan memiliki pengaruh secara simultan (F) terhadap minat pengguna terhadap sistem informasi akuntansi berbasis <i>e-commerce</i> pada aplikasi penjualan online. Persepsi kemudahan penggunaan berdampak positif terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis <i>e-commerce</i> pada aplikasi penjualan online. Perceived usefulness tidak berpengaruh minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis <i>e-commerce</i> pada aplikasi penjualan

					<p><i>online</i>. Kepercayaan berdampak positif terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis <i>e-commerce</i> pada aplikasi penjualan <i>online</i>.</p>
8.	Fatimah Nadia & Sudiadi & Ery Hartati (2021)	Analisis pengaruh kepercayaan, persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat beli pada aplikasi Tokopedia berbasis mobile menggunakan Metode <i>Acceptance Model (TAM)</i>	(X1) Pengaruh kepercayaan (X2) Persepsi manfaat (X3) Persepsi kemudahan pengguna (Y) Minat beli	Data deskriptif dan kausal.	Berdasarkan hasil dari analisis secara simultan menunjukkan bahwa variabel <i>Perceived Usefulness (X1)</i> , <i>Perceived ease of Use (X2)</i> , dan <i>Behavioral Use (X3)</i> , mendapatkan hasil sebesar 82,3% artinya terdapat pengaruh terhadap minat beli pengguna Tokopedia.
9.	Johanes Andry & Herlina & filbert Susanto (2023)	Analisis pengaruh kemanfaat dari aplikasi, kemudahan dalam penggunaan, minat pengguna dan kepercayaan terhadap sikap pengguna	(X1), Kemanfaatan dari aplikasi (X2), Kemudahan dalam penggunaan (X3), Minat pengguna (X4), Kepercayaan (Y), Sikap pengguna.	Analisis Deskriptif	Hasil penelitian ini perilaku pengguna shopee masuk dalam kategori yang sangat bagus meliputi <i>Perceived ease to use (85,73%)</i> , <i>Perceived usefulness (84,55%)</i> , <i>trust (81,14%)</i> , <i>Behavior intention to use (80,98%)</i> <i>Attitude toward using (83,17%)</i> .

10.	Woro Farrasari & Ima Amaliah (2023)	Pengaruh <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> , terhadap minat masyarakat kota Bandung dalam berbelanja produk fashion di <i>E-commerce shopee</i>	(X1), Desain antarmuka (X2), Kemudahan sistem (X3), Sikap penerima sistem (X4), Sikap perilaku penggunaan sistem (Y), Minat	Analisis deskriptif kuantitatif	Dari hasil pengujian hipotesis penelitian tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara variabel TAM terhadap minat beli masyarakat kota Bandung dalam berbelanja produk fashion di <i>e-commerce shopee</i> , Artinya adanya fitur-fitur mudah yang terdapat pada <i>platform e-commerce shopee</i> tidak berpengaruh akan banyaknya konsumen yang menggunakan <i>shopee</i> untuk berbelanja.
-----	-------------------------------------	--	---	---------------------------------	--

C. Kerangka Konseptual



Gambar 2.2 Kerangka Konseptual

D. Hipotesis Penelitian

Tujuan pengujian hipotesis ialah untuk mengidentifikasi variabel-variabel yang mempengaruhi kecenderungan pengguna dalam memakai SIA *e-commerce* berbasis TAM pada aplikasi *Shopee*. Berikut teori-teori yang diuji dalam penulisan ini:

1. Pengaruh *perceived ease of use* terhadap minat penggunaan aplikasi *shopee*

Sejauh mana seseorang menganggap penggunaan teknologi itu mudah disebut persepsi kemudahan. Masyarakat akan memanfaatkan sistem informasi jika mereka merasa sistem tersebut mudah dipakai; sebaliknya, mereka tidak akan memakainya jika dirasa sulit untuk dipakai. Menurut penulisan Nur Wahyuni dan Brady Rikumahu, minat memakai suatu produk dipengaruhi positif secara signifikan oleh persepsi kemudahan penggunaan. penelitian Davis (1989) Menunjukkan bahwa *perceived ease of use* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan meskipun tidak sekuat pengaruh dari *perceived usefulness*, Penulisan tambahan oleh Angela Deanada, Putri Budi Astuk, Dul Muid (2020), dan Abadi (2019) memperlihatkan jika minat memakai suatu produk dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh persepsi kemudahan penggunaan. Namun penulisan yang dilaksanakan oleh Nina Monica dan Annafi Indra Tama (2017) memperlihatkan jika minat pengguna tidak dipengaruhi oleh kenyamanan yang dirasakan.

H1: *Perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pada aplikasi *shopee*.

2. Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap minat penggunaan aplikasi *shopee*

Persepsi Kegunaan keyakinan bahwa memanfaatkan teknologi akan meningkatkan produktivitas seseorang dalam bekerja. Oleh karena itu, seseorang akan memanfaatkan sistem informasi jika diyakini bermanfaat. Di sisi lain, seseorang tidak akan memakai sistem informasi jika ia yakin sistem tersebut kurang bermanfaat. Keuntungan belanja online bagi konsumen ialah dihilangkannya keharusan pertemuan tatap muka untuk transaksi termasuk pembelian dan penjualan. Persepsi aplikasi atau kelebihan yang mempengaruhi minat memakai aplikasi Shopee. Davis (1989) Menunjukkan bahwa *perceived usefulness* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan, Penulisan Wahyuni Nur dan Brady Rikumahu (2019) dan Deananda dkk. (2020) memperlihatkan jika persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan. Namun penulisan Ma'ruf (2016) mengungkapkan tidak ada hubungan antara persepsi kegunaan alat dengan minat pengguna dalam memanfaatkannya. Berdasarkan penulisan-penulisan sebelumnya, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut.

H2: *Perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat aplikasi *shopee*.

3. Pengaruh *Attitude Toward Using* terhadap minat penggunaan aplikasi *shopee*

Saat TAM dikembangkan, Davis dkk (1989) menemukan bahwa sikap tidak menunjukkan hubungan yang signifikan. Sikap diartikan sebagai kecenderungan untuk merespons suatu objek secara konsisten baik menguntungkan maupun tidak menguntungkan. Sikap seseorang terhadap sistem informasi merupakan sesuatu yang penting sebagaimana hal ini dapat mempengaruhi perilaku dan pengaruh sosial.

Penelitian yang dilakukan oleh Novitasari (2016) memperlihatkan hasil sikap mempengaruhi minat penggunaan e-commerce. Sikap seseorang dalam menerima atau menolak sistem teknologi yang telah berkembang dapat mempengaruhi minat penggunaan e-commerce. Sikap seseorang muncul karena merasakan dan menilai sendiri sebuah sistem e-commerce tersebut dalam penggunaannya. Vijayasarathy (2003) juga menunjukkan bahwa sikap berpengaruh kuat terhadap intention. Sikap dalam menggunakan berupa persepsi pengguna dalam menerima maupun menolak pada model teknologi yang ada pada sebuah sistem. Jika para pengguna semakin menerima hal yang positif dan menolak hal yang negatif sesuai kebijakan dan peraturan yang ada pada aplikasi Shopee, maka hal ini dapat meningkatkan minat mereka dalam menggunakan aplikasi tersebut.

H3: *Attitude towards using* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat aplikasi shopee.

4. Pengaruh *Behavioral Intention to Use* terhadap minat penggunaan aplikasi shopee

Menurut Khakim (2011) ukuran penggunaan sistem yang sebenarnya (*actual system use*) adalah frekuensi dan durasi penggunaan TIK. Penggunaan teknologi yang sebenarnya (*actual technology use*) diukur dengan waktu yang dihabiskan dengan teknologi dan frekuensi penggunaannya.

H4: *Behavioral Intention to use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan pada aplikasi shopee.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Untuk mengumpulkan data untuk penulisan ini, yang memakai metode kuantitatif, kuesioner dikirimkan kepada peserta penulisan atau kelompok yang telah dipilih sebelumnya. "Pendekatan Kuantitatif ialah suatu pendekatan penulisan yang diarahkan untuk mencapai tujuan memperoleh penjelasan secara luas terhadap suatu fenomena yang ditetapkan sebagai objek penelitian," Menurut Indrawan dan Yaniawati (2016:29).

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Bagi individu yang memakai aplikasi *Shopee*, penelitian dilaksanakan di Kota Makassar selama dua bulan.

C. Jenis dan Sumber Data

Data primer ialah jenis data yang dipakai dalam penelitian ini. Data primer ialah data yang dikumpulkan secara langsung, tanpa memakai perantara, dari sumber asli. Balasan pengguna Aplikasi *Shopee* terhadap kuesioner yang diberikan memakai skala Likert guna diketahuinya tanggapan responden sebelumnya ialah data primer yang dipakai dalam penelitian ini.

D. Populasi dan Sampel

Populasi ialah sekelompok orang yang telah dipilih oleh peneliti untuk diteliti dan dari situlah akan diambil kesimpulan. Para partisipan ini mempunyai atribut dan karakteristik yang sama.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk sampel diambil harus betul-betul *representative* (mewakili).

Untuk menentukan ukuran sampel dapat digunakan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

dimana:

n= Ukuran sampel

N= Populasi

e= % kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan (10%)

Kota Makassar berpenduduk 1.432.200 jiwa dimana terdapat 15 Kecamatan, peneliti berfokus pada 7 kecamatan yang dimana ada kecamatan Tallo dengan jumlah penduduk 137.260, Kecamatan Mamajang dengan jumlah penduduk 147.789, Kecamatan Tamalate dengan jumlah penduduk 131.364, Kecamatan Manggala dengan jumlah penduduk 71.297 Kecamatan Panakukang dengan jumlah penduduk 155.836, Kecamatan Tamalanrea dengan jumlah penduduk 34.935, Kecamatan Rappocini dengan jumlah penduduk 74.137 Jadi, besar sampel yang dipakai ialah:

$$n = \frac{752.618}{1 + 752.618(10\%)^2}$$

$$n = 99,98 \dots$$

$$n = 100$$

Penelitian ini melibatkan 100 responden sebagai sampelnya, sebagaimana ditentukan oleh perhitungan yang disebutkan di atas. Probability sampling ialah metode yang dipakai untuk pengambilan sampel dalam penelitian ini. Metode pengambilan sampel ini memberikan kesempatan yang sama kepada setiap komponen atau anggota populasi untuk dipilih menjadi bagian sampel. Strategi pengambilan sampel acak langsung dipakai dalam pengambilan sampel probabilitas. Pemilihan anggota sampel secara acak dari suatu populasi tanpa memperhitungkan stratifikasi populasi disebut dengan *simple random sampling*.

E. Metode Pengumpulan Data

Untuk memudahkan pengiriman kepada responden, maka dibuatlah kuesioner manual sebagai bagian dari proses pengumpulan data. Kuesioner sebenarnya dibagi menjadi dua bagian, yaitu:

1. Informasi pribadi responden dijelaskan pada bagian pertama dan dijaga kerahasiaannya.
2. Beberapa indikator pada bagian kedua memakai skala Likert untuk menguji variabel penelitian.

Data penelitian mengenai pandangan dan persepsi orang atau kelompok terhadap fenomena sosial yang diteliti selalu diukur dengan memakai skala Likert. Karena setiap tanggapan yang direkam akan diberi skor, setiap tanggapan harus mendukung, menyangkal, atau memberikan contoh proposisi. Berikut ini ialah jawaban persetujuan skala likert dengan skala 1 sampai dengan 5 untuk pilihan jawaban kuesioner yang disarankan.

Tabel 3.1
Skor Skala Likert

Kode	Kriteria Jawaban	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2013:108)

F. Definisi Operasional Variabel

Salah satu bidang penelitian yang memberikan panduan atau petunjuk tentang cara mengukur suatu variabel dikenal sebagai definisi operasional suatu variabel. Definisi data dan operasional berguna bagi peneliti lain yang ingin memakai variabel yang sama dalam penelitiannya. Operasional variabel adalah angka sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah satu variabel dependen (variabel terikat) dan empat variabel independen penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi *shopee*, sedangkan variabel bebas yaitu:

- a. Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Usefulness*) (X1)
- b. Persepsi Kegunaan (*Perceived Ease of use*) (X2)
- c. *Attitude Toward Using* (X3)
- d. *Behavioral Intention to use* (X4)

Tabel 3.2
Variabel dan Indikator

No	Variabel	Konsep Variabel	Indikator
1.	<i>Perceived Ease Of use (X1)</i>	Seberapa mudah pengguna merasa menggunakan sistem informasi akuntansi e-commerce pada <i>Shopee</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemudahan dipelajari 2. Mudah dipahami/dimengerti 3. Kemudahan mengakses web/aplikasi 4. Mudah digunakan 5. Mudah dikendalikan 6. Mudah diingat <p>Davis (1989) dan Chau (1996)</p>
2.	<i>Perceived Usefulness (X2)</i>	Keyakinan pengguna bahwa menggunakan sistem tersebut akan memberikan manfaat yang signifikan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lebih cepat 2. Meningkatkan kinerja 3. Meningkatkan produktivitas 4. Meningkatkan efektivitas 5. Lebih mudah <p>Davis (1989) dan Chau (1996)</p>
3.	<i>Attitude Toward Using (X3)</i>	<i>Attitude toward using</i> merupakan faktor penting dalam memahami mengapa individu menerima atau menolak teknologi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rasa senang 2. Menikmati 3. Rasa bosan 4. Tidak Suka <p>Davis (1989)</p>
4.	<i>Behavioral Intention to use (X4)</i>	<i>Behavioral Intention to use</i> adalah suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu atau kecenderungan seseorang untuk tetap menggunakan teknologi tertentu	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan kapan saja 2. Menggunakan kondisi apapun 3. Menggunakan terus 4. Niat menggunakan terus 5. Berharap menggunakan <p>Davis (1989) Tylordan tood (1995)</p>

5.	Minat Pengguna Aplikasi Shopee (Y)	Minat penggunaan mengacu pada keinginan atau kecenderungan seseorang untuk menggunakan suatu produk atau layanan tertentu. Hal ini merupakan konsep penting dalam memahami perilaku konsumen dan mengembangkan strategi pemasaran yang efektif.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penggunaan sesungguhnya 2. Frekuensi penggunaan 3. Kepuasan penggunaan <p>Igbria <i>et al</i> (1995)</p>
----	------------------------------------	---	---

G. Metode Analisis Data

1. Statistik Deskriptif

Untuk mengkaji data, pendekatan statistik deskriptif menggambarkan data yang diperoleh tanpa bermaksud membuat generalisasi atau kesimpulan yang diterima secara luas.

2. Analisis Instrumen Penelitian

Untuk memastikan apakah instrumen tersebut layak dipakai sebagai alat ukur, maka dilaksanakan kajian terhadap instrumen penelitian. Kriteria yang valid dan dapat dipercaya terdapat pada suatu instrumen yang baik atau sesuai. Pengujian data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program *Statistik Program Science (SPSS) versi 26*.

a. Uji Validitas

Validitas suatu kuesioner dinilai dengan memakai uji validitas. Apabila pernyataan-pernyataan pada suatu kuesioner dapat memberikan informasi mengenai apa yang ingin dinilai oleh kuesioner tersebut, maka kuesioner tersebut dianggap sah (Ghozali 2016:52). Uji validitas dipakai guna diketahuinya validitas suatu kuesioner. Membandingkan nilai r hitung dengan r tabel derajat

kebebasan (df) = $n-2$ ialah cara uji signifikansi dilaksanakan. Suatu item, pernyataan, atau indikasi dianggap sah apabila nilai estimasi r melebihi nilai r tabel (di mana n ialah jumlah sampel), dan sebaliknya. Korelasi bivariat antara setiap skor indikator dan skor konstruk keseluruhan ialah metode lain untuk menentukan validitas. Karena keduanya mengukur hal yang sama, maka temuan analisis korelasi bivariat yang diperoleh dengan memeriksa keluaran *Cronbach Alpha* pada kolom *Correlated Item-Total Correlation* ialah serupa. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa setiap indikator pertanyaan dapat diandalkan. (Ghozali, 2016 : 52-54).

b. Uji Reliabilitas

Indeks yang disebut uji reliabilitas menunjukkan seberapa besar temuan suatu penulisan dapat diandalkan. Reliabilitas suatu kuesioner dapat diukur sebagai alat untuk mengukur suatu variabel atau konstruk (Imam Ghozali 2016). Ketika seseorang secara konsisten memberikan jawaban yang sama pada kuesioner dari waktu ke waktu, hal tersebut dianggap dapat diandalkan. Konsistensi koefisien *Cronbach alpha* (α) untuk setiap variabel diperiksa sebagai bagian dari uji reliabilitas. Validitas dan reliabilitas berbeda, yang pertama menekankan masalah konsistensi sedangkan yang kedua lebih mementingkan masalah akurasi. Oleh karena itu, mengukur stabilitas dan mengukur konsistensi internal ialah dua komponen utama ketergantungan (Ekaning 2017). Bila memakai uji statistik *Cronbach Alpha* (α) untuk menilai reliabilitas, suatu konstruk atau variabel dianggap dapat dipercaya jika nilai *Cronbach Alpha*-nya lebih besar dari 0,70. (Ghozali, 2016: 47-48).

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Imam Ghohali (2012:154) menyatakan tujuannya guna diketahuinya apakah variabel-variabel residual dalam model regresi berdistribusi normal. Plot probabilitas normal, yang membedakan distribusi kumulatif dengan distribusi normal, dipakai dalam penilaian kenormalan data penelitian ini. Plotting data sisa akan dibandingkan dengan garis diagonal yang akan dibuat oleh distribusi normal. Uji statistik non parametrik ialah jenis pengujian berikutnya yang dilaksanakan *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) Contoh Satu. Kriteria pengujiannya ialah:

H_0 = data sisa yang didistribusikan secara normal.

H_a = sebaran data sisa tidak normal

Data residu tidak berdistribusi normal jika nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* kurang dari 0,05, hal ini berlaku jika H_a diterima. Sebaliknya H_a ditolak dan data residu terdistribusi teratur jika nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* lebih besar dari 0,05.

b. Uji Multikolinearitas

Guna diketahuinya apakah model regresi mendeteksi adanya keterkaitan antar variabel independen dipakai uji multikolinearitas. Seharusnya tidak ada hubungan apa pun antara variabel independen dalam model regresi yang layak. Cara berikut mungkin dapat dipakai guna diketahuinya ada tidaknya multikolinearitas dalam suatu persamaan regresi (Imam Ghazali, 2012:103) nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*.

Dengan catatan: $Tolerance = 1/VIF$ atau bisa juga, $VIF = 1 / Tolerance$.

Karena $VIF = 1 / Tolerance$, maka nilai toleransi yang rendah akan

menyebabkan VIF tinggi yang menunjukkan multikolinearitas. Jika terjadi multikolinearitas, maka nilai toleransi yang sering dipakai untuk menunjukkannya ialah sama dengan nilai $VIF > 10$ atau *tolerance* kurang dari 0,10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas ialah guna diketahuinya apakah terdapat ketimpangan varians antar residu pengamatan yang berbeda dalam model regresi (Imam Ghazali, 2012:134).

d. Uji Autokorelasi

Hubungan antara anggota observasi yang dikelompokkan berdasarkan tempat dan waktu disebut autokorelasi. Korelasi otomatis tidak diinginkan dalam model regresi. Tes *Durbin-Watson* (*DW Test*), yang memiliki persyaratan sebagai berikut, ialah prosedur tes yang sering dipakai.

- a. Hipotesis nol ditolak, menunjukkan adanya autokorelasi, jika d lebih kecil dari dL atau lebih dari $(4-dL)$.
- b. Hipotesis nol yang menyatakan tidak terjadi autokorelasi diterima jika d berada di antara dU dan $(4-dU)$.
- c. Hal ini tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti apakah d berada di antara dL dan dU atau antara $(4-dU)$ dan $(4-dL)$.

H. Uji Hipotesis

Proses pengambilan keputusan berdasarkan analisis data dari eksperimen terkontrol dan observasi (tidak terkontrol) disebut pengujian hipotesis. Tujuan pengujian hipotesis ialah untuk meletakkan dasar pengumpulan data dalam bentuk bukti untuk membantu memutuskan apakah menerima atau menolak klaim atau asumsi yang dibuat terlambat

sebagai benar. Selain itu, pengujian hipotesis mungkin memberikan keyakinan sekaligus membuat kesimpulan yang tidak memihak. Penulisan ini memakai uji hipotesis sebagai berikut:

1. Uji Regresi Linear Berganda

Pengaruh satu variabel terikat dan dua atau lebih variabel bebas diuji dengan memakai uji regresi linier berganda. Tujuan uji regresi berganda ialah untuk menunjukkan apakah dua atau lebih variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) mempunyai hubungan fungsional atau hubungan sebab akibat. Berikut ialah cara penulisan uji regresi berganda:

$$Y = \alpha + \beta_1x_1 + \beta_2x_2 + \beta_3x_3 + \beta_4x_4 + e$$

Keterangan:

Y: Minat Pengguna

α : Nilai Konstanta (Nilai Y jika X=0)

X1: *Perceived Ease of Use*

X2: *Perceived Usefulness*

X3: *Attitude Toward Using*

X4: *Behavioral Intention*

e: Error

$\beta_1 \beta_2 \beta_3 \beta_4$: Koefisien Variabel

2. Uji Parsial (Uji t)

Uji *T* pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual (parsial) terhadap variabel dependen. Hipotesis uji *T*, yaitu:

$H_0 : \beta_i = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen

$H_a : \beta_i \neq 0$, artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen

Kriteria pengujian yang digunakan untuk menerima atau menolak hipotesis:

- a. H_0 ditolak jika $|T_{hitung}| > T_{tabel}$ atau nilai p -value (pada kolom sig) < tingkat signifikansi (α).
- b. H_0 diterima jika $|T_{hitung}| \leq T_{tabel}$ atau nilai p -value (pada kolom sig) \geq tingkat signifikansi (α).

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Sejauh mana model dapat meramalkan variasi perubahan independen pada variabel dependen ditunjukkan dengan koefisien determinasi (R^2). Kapasitas variabel independen untuk menjelaskan variabel independen akan sangat terbatas jika R^2 rendah.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profil Perusahaan Aplikasi *Shopee*

Shopee merupakan *marketplace online* yang dimiliki oleh PT. Garena Indonesia. *Shopee* tampil dalam bentuk aplikasi *mobile*, dimana memungkinkan penggunanya untuk lebih mudah melakukan aktivitas jual beli. *Shopee* yang dahulu dikenal dengan sebutan Garena menjadi *mobile commerce* pertama di sejumlah negara di Asia termasuk Indonesia yang menyediakan pasar online via ponsel yang gratis, personal, interaktif serta terpercaya. Anak perusahaan Garena ini berlokasi di Singapura. Seperti yang disebutkan di atas, *Shopee* beroperasi di banyak kawasan diantaranya Thailand, Filipina, juga Indonesia. Pada pertengahan tahun 2015 *shopee* mulai berjalan di Indonesia kantor pusat *shopee* sendiri berada di Ibukota Indonesia yakni Jakarta.

Shopee menghadirkan pengalaman berbelanja baru di Indonesia. *Shopee* memudahkan *seller* menjual barang dagangannya serta menyediakan proses pembayaran yang aman juga pengaturan logistik yang terintegrasi bagi pembeli. Sekarang, lebih dari 100 juta pengguna yang mengunduh aplikasi belanja *Shopee*. *Shopee* menawarkan berbagai macam produk layanan, termasuk:

- a. *Marketplace, platform online* yang memungkinkan pembeli dan penjual untuk bertransaksi secara langsung.
- b. *Shopee Mall*, kumpulan toko resmi dari *brand-brand* ternama
- c. *Shopee Food*, Layanan pesan antar makanan *online*.

- d. *ShopeePay*, layanan pembayaran digital yang aman dan terpercaya.
- e. *Shopee Express*, layanan logistik *in-house* yang menjamin pengiriman barang yang cepat dan aman.

Shopee memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan *platform e-commerce* lainnya, antara lain:

- a. Aplikasi yang mudah digunakan, *Shopee* memiliki aplikasi yang mudah digunakan dan dinavigasi, bahkan bagi pengguna yang baru pertama kali menggunakan *e-commerce*
- b. Promo dan diskon menarik, *Shopee* sering mengadakan promo dan diskon menarik yang membuat harga produk lebih terjangkau.
- c. Pilihan produk yang beragam, *Shopee* menawarkan pilihan produk yang beragam, mulai dari kebutuhan sehari-hari hingga produk fashion dan elektronik.
- d. Metode pembayaran yang aman dan terpercaya, *Shopee* menyediakan berbagai metode pembayaran yang aman dan terpercaya, seperti transfer bank, kartu kredit, dan *shopeepay*.
- e. Pengiriman yang cepat dan aman, *shopee* memiliki layanan logistik *in-house*, *shopee express*, yang menjamin pengiriman barang yang cepat dan aman.

2. Visi, Misi, dan Logo *Shopee*

Visi

“Menjadi *mobile marketplace* nomor 1 di Indonesia”

Misi

“Mengembangkan jiwa kewirausahaan bagi para penjual di Indonesia”

Logo

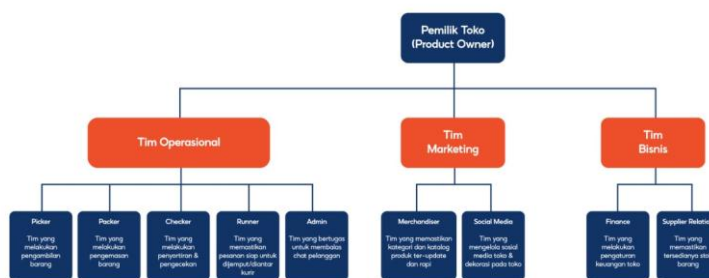


Shopee

Gambar 4.1 Logo Shopee

B. Struktur Organisasi Shopee

Pada sebuah perusahaan, manajemen organisasi yang baik menjadi faktor yang baik menjadi faktor yang bisa melandasi kesuksesan sebuah perusahaan seperti pada struktur organisasi *shopee*. Adanya struktur yang jelas akan mempermudah operasional perusahaan karena bisa untuk mendefinisikan peran dan tanggung jawabnya dengan lebih jelas. Handhika Wiguna Jahja dalam struktur organisasi perusahaan Shopee menduduki jabatan sebagai Direktur dan menjadi pimpinan Shopee Indonesia. Berikut struktur organisasi perusahaan *Shopee* Indonesia:



Gambar 4.2 Struktur Organisasi Shopee

Shopee Indonesia dipimpin oleh Handhika Wiguna Jahja sebagai Direktur. Lalu ada *Tim marketing* yang dipimpin oleh Fiona Wijaya sebagai *Marketing Project Team Manager* yang mengelola empat Tim, yaitu Tim *In-House Account* dan *User and Seller* yang dipimpin oleh Jonathan Handoyo, serta *Tim curation* dan KOL management yang dipimpin oleh Cindy Angelina. *Shopee Feed* memiliki divisi, yaitu divisi *Curation, Key Opinion Leader Management, User and Seller, dan In-House Account*. *Divisi curation*, merupakan divisi bertugas untuk mengatur dan mengelola tampilan (*Front End*) di tab *Shopee Feed* agar mendapatkan peningkatan interaksi dan *engagement* dari *user Shopee*. Sehingga, dengan meningkatnya interaksi dan *engagement* diharapkan *user* menghabiskan waktu lebih lama dalam aplikasi yang nantinya berakhir dengan pembelian dalam aplikasi. Tampilan *Front End Shopee Feed*, atau tampilan akhir yang dilihat ketika *user* membuka aplikasi *Shopee*, memiliki beberapa tab atau kategorisasi, yaitu *Timeline, Explore, Fashion, Beauty, Gadget, New Normal, Voucher, Terbaru, dan Promo*. Kemudian, *Tim curation* juga bertugas juga dalam membuat perencanaan tampilan (*Front End*). *Divisi KOL Management* memiliki tujuan untuk mengedukasi dan mengaktivasi *user* dan calon *user Shopee* melalui para KOL atau *key opinion leader*. Selain itu, mereka juga selalu menjaga dan mempertahankan hubungan baik perusahaan dengan para KOL dengan melakukan beberapa *gathering*. *Divisi User and Seller* bertugas untuk mengedukasi para *seller* baru maupun lama untuk lebih mudah dalam berjualan dan mempromosikan produknya, juga membuat strategi

seperti *competition* untuk para *seller* dan *user* agar dapat meningkatkan penggunaan *Shopee Feed* dan juga meningkatkan partisipasi beberapa *campaign* yang dibuat oleh *Marketing Project*. Kemudian, divisi *In-House Account* memiliki tugas untuk mengelola konten *In-House Account* yang termasuk di dalam *Shopee Feed* seperti *Shopee id*, *Shopee Fashion*, *Shopee for Men*, *Shopee Kpop*, *Shopee Beauty*, dan sebagainya.

C. Hasil Penelitian

1. Hasil Karakteristik Responden

Analisis karakteristik responden dalam penelitian ini menjelaskan karakteristik pengguna aplikasi *shopee* yaitu masyarakat Kota Makassar yang berfokus pada 7 kecamatan yaitu, Tallo, Mamajang, Tamalate, Manggala, Panakukang, Tamalanrea, Rappocini yang berjumlah 100 responden. karakteristik responden tersebut adalah Jenis kelamin, Usia, Pendidikan, Pekerjaan, Domisili, Penggunaan Aplikasi *Shopee*. Peneliti membagikan kuesioner tersebut dengan cara menyebarkan melalui personal chat maupun group pada *Whatsapp*.

a. Jenis Kelamin Responden

Setelah melakukan penyebaran kuesioner kepada masyarakat kota Makassar yang berdomisili di Kecamatan Tallo, Mamajang, Tamalate, Manggala, Panakukang, Tamalanrea, Rappocini maka diperoleh hasil yang digambarkan dalam pengelompokan responden berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut:

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

Jenis kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	35	35.0	35.0	35.0
	Perempuan	65	65.0	65.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah 2024

Berdasarkan pada Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah sebesar 35% berjenis kelamin laki-laki dan sisanya 65% berjenis kelamin perempuan. Data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas yang sampel yang diteliti menggunakan aplikasi belanja online shopee adalah perempuan. Hal ini disebabkan karena mayoritas perempuan sangat menyukai berbelanja, dan mereka cenderung lebih sering menggunakan aplikasi *shopee* untuk memenuhi kebutuhannya.

b. Usia Responden

Setelah melakukan penyebaran kuesioner kepada masyarakat kota Makassar yang berdomisili di Kecamatan Tallo, Mamajang, Tamalate, Manggala, Panakukang, Tamalanrea, Rappocini maka diperoleh hasil yang digambarkan dalam pengelompokan responden berdasarkan usia sebagai berikut:

Tabel 4.2
Usia Responden

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-25	48	48.0	48.0	48.0
	26-35	31	31.0	31.0	79.0
	36-45	21	21.0	21.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah 2024

Berdasarkan pada Tabel 4.2 dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 48% mayoritas responden berusia 17-25 tahun. Sedangkan 31% responden berusia 26-35 tahun. 21% responden berusia 36-45 tahun. Data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas pengguna aplikasi shopee adalah pelajar/mahasiswa(i). Hal ini disebabkan karena pada usia tersebut adalah usia dimana dekat dengan teknologi dan internet serta paling penting mahasiswa banyak membeli kebutuhannya melalui aplikasi agar lebih praktis dan mudah, yang dimana mereka tidak ingin mengalami hambatan berbelanja.

c. Pendidikan Responden

Setelah melakukan penyebaran kuesioner kepada masyarakat kota Makassar yang berdomisili di Kecamatan Tallo, Mamajang, Tamalate, Manggala, Panakukang, Tamalanrea, Rappocini maka diperoleh hasil yang digambarkan dalam pengelompokan responden berdasarkan pendidikan sebagai berikut:

Tabel 4.3
Pendidikan Responden

		Pendidikan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	42	42.0	42.0	42.0
	Diploma	10	10.0	10.0	52.0
	S1	45	45.0	45.0	97.0
	S2	3	3.0	3.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah 2024

Berdasarkan pada tabel 4.3 dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah 42% responden pendidikan SMA, 10% responden pendidikan diploma, 45%

responden mayoritas pendidikan S1, 3% responden S2. Berdasarkan hasil tersebut pula disimpulkan bahwa menurut tingkat pendidikan, maka tamat SMA atau masih berstatus pelajar/mahasiswa adalah konsumen yang paling sering menggunakan aplikasi *shopee* untuk pembelian secara online.

d. Pekerjaan Responden

Setelah melakukan penyebaran kuesioner kepada masyarakat kota Makassar yang berdomisili di Kecamatan Tallo, Mamajang, Tamalate, Manggala, Panakukang, Tamalanrea, Rappocini maka diperoleh hasil yang digambarkan dalam pengelompokan responden berdasarkan pekerjaan sebagai berikut:

Tabel 4.4
Pekerjaan Responden

		Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	35	35.0	35.0	35.0
	Karyawan	38	38.0	38.0	73.0
	PNS	7	7.0	7.0	80.0
	Dosen	2	2.0	2.0	82.0
	IRT	13	13.0	13.0	95.0
	Lainnya	5	5.0	5.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah 2024

Berdasarkan pada tabel 4.4 dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah status kerjanya karyawan swasta menjadi mayoritas responden pada penelitian ini yaitu 38%, pelajar/mahasiswa 35%, PNS 7%, Dosen 2%, Ibu Rumah Tangga 13%, lainnya 5%, Dari hasil disimpulkan bahwa pengguna aplikasi Shopee berdasarkan pekerjaan adalah karyawan swasta dimana, hal ini menyebabkan karena karyawan swasta tidak memiliki banyak waktu untuk berbelanja kebutuhan di offline store, dengan adanya aplikasi

shopee tersebut memudahkan mereka untuk mencari kebutuhan dengan mudah dan efisien.

e. Asal Responden

Setelah melakukan penyebaran kuesioner kepada masyarakat kota Makassar yang berdomisili di Kecamatan Tallo, Mamajang, Tamalate, Manggala, Panakukang, Tamalanrea, Rappocini maka diperoleh hasil yang digambarkan dalam pengelompokkan responden berdasarkan asal responden sebagai berikut:

Tabel 4.5
Asal Responden

Domisili					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kecamatan Tallo Kota Makassar	11	11.0	11.0	11.0
	Kecamatan Mamajang Kota Makassar	24	24.0	24.0	35.0
	Kecamatan Tamalate Kota Makassar	18	18.0	18.0	53.0
	Kecamatan Manggala Kota Makassar	9	9.0	9.0	62.0
	Kecamatan Panakukang Kota Makassar	20	20.0	20.0	82.0
	Kecamatan Tamalanrea Kota Makassar	9	9.0	9.0	91.0
	Kecamatan Rappocini Kota Makassar	9	9.0	9.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah 2024

Berdasarkan pada Tabel 4.5 dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini sebanyak 24% Masyarakat Mamajang, 20% masyarakat Panakukang, 11% masyarakat Tallo, 18% masyarakat Tamalate, 9% masyarakat Manggala, 9% masyarakat Tamalanrea, 9% masyarakat Rappocini.

f. Frekuensi penggunaan aplikasi shopee

Setelah melakukan penyebaran kuesioner kepada masyarakat kota Makassar yang berdomisili di Kecamatan Tallo, Mamajang,

Tamalate, Manggala, Panakukang, Tamalanrea, Rappocini maka diperoleh hasil yang digambarkan dalam pengelompokkan responden berdasarkan frekuensi pengguna sebagai berikut:

Tabel 4.6
Frekuensi pengguna aplikasi shopee

Penggunaan shopee					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setiap hari	23	23.0	23.0	23.0
	satu kali seminggu	26	26.0	26.0	49.0
	satu kali dua minggu	10	10.0	10.0	59.0
	satu kali dalam sebulan	41	41.0	41.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah 2024

Berdasarkan pada tabel 4.6 diatas diketahui bahwa 100 responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini mayoritas frekuensi pengguna aplikasi shopee adalah 23% pengguna setiap hari, 26% pengguna satu kali seminggu, 10% pengguna satu kali dalam dua minggu, 41% pengguna satu kali dalam sebulan, data tersebut didominasi oleh masyarakat yang menggunakan aplikasi shopee 1 kali dalam sebulan.

2. Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 4.7
Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>Perceived Ease Of use</i>	100	6.00	30.00	26.0400	4.62518
<i>Perceived Usefulness</i>	100	11.00	25.00	22.1100	3.21579
<i>Attitude Toward Using</i>	100	8.00	20.00	13.6300	3.16437
<i>Behavioral intention to use</i>	100	9.00	25.00	19.2500	4.34003
Minat Penggunaan	100	3.00	15.00	11.1300	3.39237
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data diolah (SPSS 26), 2024

Tabel 4.7 adalah output statistik deskriptif dari seluruh variabel penelitian dengan jumlah sampel 100. Berdasarkan tabel ini, dapat dijelaskan analisis statistik deskriptif masing-masing variabel sebagai berikut:

- a. Variabel *perceived Ease of Use* memiliki nilai minimum 6 dan nilai maximum sebesar 30. Sedangkan untuk nilai rata-rata sebesar 26,04 dan standar deviasi sebesar 4.6251
- b. Variabel *perceived Usefulness* memiliki nilai minimum sebesar 11 dan nilai maksimum sebesar 25. Sedangkan untuk nilai rata-rata sebesar 22.11 dan standar deviasi sebesar 3.215
- c. Variabel *Attitude Toward Using* memiliki nilai minimum sebesar 8 dan nilai maksimum 20. Sedangkan untuk nilai rata-rata sebesar 13.63 dan standar deviasi sebesar 3.164.
- d. Variabel *Behavioral Intention to use* memiliki nilai minimum 9 dan nilai maksimum sebesar 25. Sedangkan untuk nilai rata-rata sebesar 19.25 dan standar deviasi sebesar 4.340
- e. Variabel Minat Pengguna memiliki nilai minimum 3 dan nilai maksimum sebesar 15. Sedangkan untuk nilai rata-rata sebesar 11.13 dan standar deviasi 3.392.

3. Uji Keabsahan Data

a. Uji Validitas

Pengujian validitas dari tiap butir kuesioner menggunakan analisis item, yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah keseluruhan skor tiap butir. Dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$

= Valid, Namun jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ = Tidak valid. Cara mencari nilai r_{tabel} dengan N=100 pada signifikansi 5% pada distribusi nilai r_{tabel} statistic, maka diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1966.

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
<i>Perceived Ease to Use (X1)</i>	X1.1	0,861	0,1966	Valid
	X1.2	0,901	0,1966	Valid
	X1.3	0,922	0,1966	Valid
	X1.4	0,880	0,1966	Valid
	X1.5	0,761	0,1966	Valid
	X1.6	0,703	0,1966	Valid
<i>Perceived Usefulness (X2)</i>	X2.1	0,715	0,1966	Valid
	X2.2	0,718	0,1966	Valid
	X2.3	0,724	0,1966	Valid
	X2.4	0,717	0,1966	Valid
	X2.5	0,756	0,1966	Valid
<i>Attitude Toward Using (X3)</i>	X3.1	0,324	0,1966	Valid
	X3.2	0,319	0,1966	Valid
	X3.3	0,536	0,1966	Valid
	X3.4	0,565	0,1966	Valid
<i>Behavioral Intention to Use (X4)</i>	X4.1	0,618	0,1966	Valid
	X4.2	0,699	0,1966	Valid
	X4.3	0,675	0,1966	Valid
	X4.4	0,591	0,1966	Valid
	X4.5	0,646	0,1966	Valid
Minat Penggunaan (Y)	Y.1	0,911	0,1966	Valid
	Y.2	0,931	0,1966	Valid
	Y.3	0,847	0,1966	Valid

Sumber: Data Diolah (SPSS 26) 2024

b. Reliabilitas

Uji Reliabilitas ini dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten. Pengujian ini dilakukan dengan menghitung koefisien *Cronbach Alpha* dari masing-masing instrumen dalam satu variabel. Suatu variabel dikatakan reliabel atau handal apabila memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,6.

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Pertanyaan	Koefisien <i>Cronbach</i> <i>Alpha</i>	Kriteria	Keterangan
<i>Perceived Ease to Use</i> (X1)	6	0,947	0,60	Reliabel
<i>Perceived Usefulness</i> (X2)	5	0,886	0,60	Reliabel
<i>Attitude Toward Using</i> (X3)	4	0,693	0,60	Reliabel
<i>Behavioral Intention to</i> <i>Use</i> (X4)	5	0,836	0,60	Reliabel
Minat Penggunaan (Y)	3	0,946	0,60	Reliabel

Sumber: Data Diolah (SPSS 26), 2024

4. Uji Asumsi Klasik

Model regresi linear berganda disebut sebagai model yang baik apabila memenuhi uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik ini terdiri dari, 1) Memenuhi asumsi normalitas residual; 2) tidak terjadi multikolinearitas; 3) tidak terdapat autokorelasi; dan 4) tidak terdapat efek heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah residual model regresi yang diperoleh berdistribusi normal atau tidak. Pada penelitian ini metode yang digunakan yaitu *Kolmogorov-Smirnov*. Dasar pengambilan keputusan pada uji *Kolmogorov-Smirnov* adalah sebagai berikut:

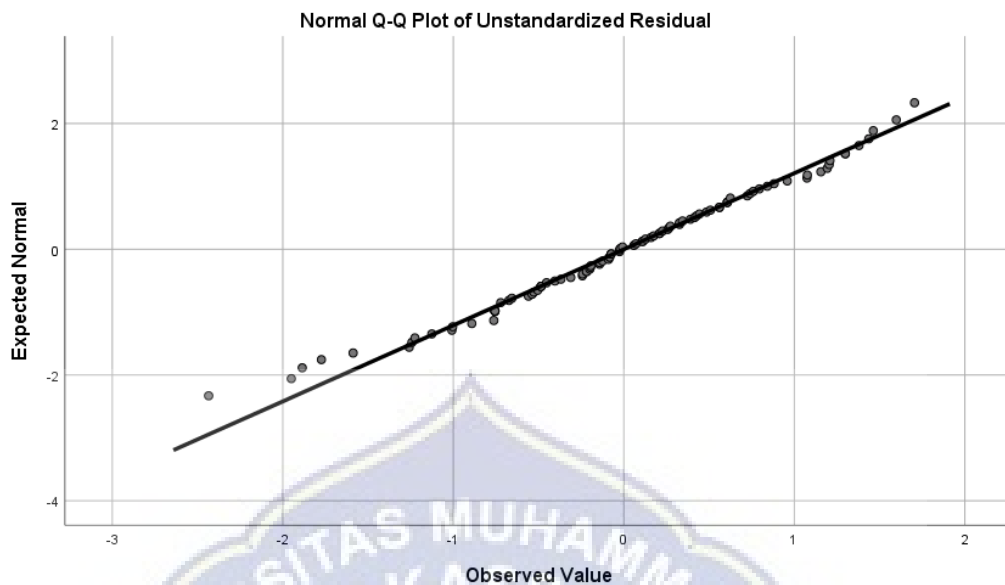
- 1) Jika nilai signifikansi $\geq 0,05$, maka data berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal.

Tabel 4.10
Uji Normalitas Residual

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.82673091
Most Extreme Differences	Absolute	.058
	Positive	.025
	Negative	-.058
Test Statistic		.058
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Data diolah (SPSS 26) 2024

Terlihat pada Tabel 4.10 bahwa nilai *p-value* (pada kolom *sig*) bernilai 0,200 dimana lebih besar bila dibandingkan taraf signifikansi 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa residual model regresi yang diperoleh memenuhi asumsi distribusi normal.



Gambar 4.3 Q-Q Plot Nilai Residual Model Regresi

Selain itu secara visual gambar menggunakan grafik Q-Q Plot dapat dilihat bahwa nilai-nilai residual berada di dekat garis linear atau menyebar di sekitar garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa memang benar residual berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki korelasi antar variabel independen lain dalam satu model. Jika terjadi korelasi yang kuat, maka dapat dikatakan telah terjadi masalah multikolinearitas dalam model regresi. Pedoman suatu model regresi yang bebas dari masalah multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* atau *variance inflation factor* (VIF), sebagai berikut:

- 1) Jika nilai *tolerance* $\geq 0,1$ dan nilai VIF ≤ 10 , maka disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

2) Jika nilai *tolerance* < 0,1 dan nilai VIF > 10, maka disimpulkan bahwa terjadi masalah multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

Tabel 4.11
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Perceived Ease Of Use	.183	5.475
	Perceived Usefulness	.166	6.035
	Attitude Toward Using	.329	3.043
	Behavioral Intention to Use	.386	2.592
a. Dependent Variable: Minat Penggunaan Aplikasi Shopee			

Sumber: Data diolah (SPSS 26) 2024

Berdasarkan Tabel 4.11, dapat dilihat bahwa nilai VIF untuk semua variabel independen tidak lebih dari 10 dan nilai *tolerance* semua variabel independen juga $\geq 0,1$. Artinya dapat ditarik kesimpulan bahwa semua variabel independen memenuhi persyaratan asumsi klasik yaitu tidak terjadi multikolinearitas.

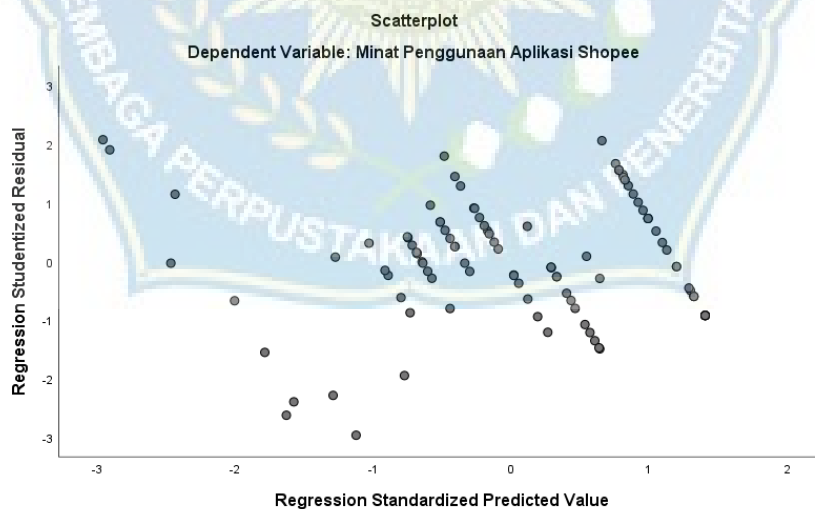
c. Uji Homoskedastisitas

Uji asumsi homoskedastisitas ini bertujuan mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual antara satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan ragam dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Jika varians dari residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lain berbeda hal ini

disebut heteroskedastisitas. Sedangkan model regresi linear yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

Metode yang sering digunakan untuk mendeteksi adanya homoskedastisitas yaitu dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada *scatterplot* yang menunjukkan hubungan antara *Regression Studentized Residual* dengan *Regression Standardized Predicted Value*. Dasar pengambilan keputusan berkaitan grafik tersebut sebagai berikut:

- 1) Jika tidak terdapat pola yang jelas, yaitu jika titik-titiknya menyebar, maka diindikasikan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.
- 2) Jika terdapat pola tertentu, yaitu jika titik-titiknya membentuk pola tertentu dan teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka diindikasikan terdapat masalah heteroskedastisitas.



Gambar 4.4 Scatterplot Uji Homoskedastisitas

Berdasarkan Gambar 4.4, menunjukkan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas pada model regresi. Hal ini terlihat dari

scatterplot yang menunjukkan terdapat titik-titik data yang tersebar di atas, di bawah dan sekitar angka nol, serta penyebaran titik data tidak terdapat pola yang jelas.

Cara lain untuk mendeteksi terjadi atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melakukan uji *Glejser*. Uji *Glejser* dilakukan dengan cara meregresikan nilai absolut residual dari model yang diestimasi terhadap variabel-variabel independen. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dilihat dari nilai probabilitas setiap variabel independen. Jika nilai *p-value* (pada kolom *sig*) $\geq 0,05$ berarti tidak terjadi heteroskedastisitas, sebaliknya jika nilai *p-value* (pada kolom *sig*) $< 0,05$ berarti terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4.12
Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.222	.373		3.25	.001
	Perceived Ease Of Use	.003	.026	.030	.126	.900
	Perceived Usefulness	-.039	.040	-.243	-9.77	.331
	Attitude Toward Using	.016	.029	.100	.564	.574
	Behavioral Intention to Use	-.001	.019	-.012	-.072	.943

a. Dependent variable: absresid

Sumber: Data diolah (SPSS 26) 2024

Berdasarkan *output* pada Tabel 4.12, diketahui bahwa semua variabel independen memiliki nilai *p-value* (pada kolom *sig*) $\geq 0,05$, sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi ini bertujuan mengetahui apakah dalam sebuah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat masalah autokorelasi.

Untuk mendeteksi autokorelasi dapat dilakukan melalui uji statistik Durbin Watson (DW), yaitu membandingkan nilai DW dengan nilai batas bawah (dL) dan batas atas (dU) pada tabel Durbin Watson.

Berikut beberapa keputusan setelah membandingkan DW:

- 1) Bila nilai DW terletak antara batas atas (dU) dan ($4-dU$), maka koefisien autokorelasi sama dengan nol, berarti tidak ada autokorelasi.
- 2) Bila nilai DW lebih rendah dari batas bawah (dL), maka koefisien autokorelasi lebih besar daripada nol, berarti ada autokorelasi positif.
- 3) Bila nilai DW lebih besar daripada ($4-dL$), maka koefisien autokorelasi lebih kecil daripada nol, berarti ada autokorelasi negatif.
- 4) Bila nilai DW terletak antara batas atas (dU) dan batas bawah (dL) atau di antara ($4-dU$) dan ($4-dL$), maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.

Berdasarkan Tabel 4.8 menunjukkan bahwa nilai Durbin-Watson yang ditemukan adalah sebesar 1,893. Kemudian digunakan Tabel Durbin Watson untuk mengecek nilai batas bawah (dL) dan batas atas (dU).

Tabel 4.13
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.970 ^a	.941	.938	.84396	1.893
a. Predictors: (Constant), Behavioral Intention to Use, Perceived Usefulness, Attitude Toward Using, Perceived Ease Of Use					
b. Dependent Variable: Minat Penggunaan Aplikasi Shopee					

Sumber: Data diolah (SPSS 26) 2024

Berdasarkan Tabel Durbin-Watson maka diperoleh nilai:

$$dL = 1,5922 \qquad (4-dL) = 2,4078$$

$$dU = 1,7582 \qquad (4-dU) = 2,2418$$

Hasil perhitungan diatas diperoleh keputusan bahwa nilai DW terletak antara batas atas (dU) dan (4-dU). Sehingga koefisien autokorelasi sama dengan nol, yang berarti tidak terdapat gejala autokorelasi.

B. Uji Hipotesis

1. Analisis Statistik Regresi linear berganda

Nilai taraf signifikansi adalah suatu nilai yang diperlukan untuk mengukur seberapa besar kesalahan yang dilakukan oleh suatu penelitian. Penelitian ini menetapkan nilai alpha sebesar 5%, dengan nilai tersebut maka penelitian ini mungkin melakukan kesalahan dengan nilai maksimal 0,05 atau 95% penelitian dapat dipercaya. Menurut (Gujarati 2006) analisis regresi linier berganda adalah analisis regresi sebagai kajian terhadap hubungan satu variabel yang disebut variabel yang diterangkan dengan satu atau dua variabel yang menerangkan.

Tabel 4.14
Hasil Uji Statistik Regresi Linear berganda

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-8.827	.610		-14.468	.000
	Perceived Ease Of use	.135	.043	.184	3.145	.002
	Perceived Usefulness	.432	.065	.409	6.661	.000
	Attitude Toward Using	.341	.047	.318	7.285	.000
	Behavioral intention to use	.117	.031	.150	3.726	.000

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan Aplikasi Shopee

Sumber: Data diolah (SPSS 26) 2024

Dari tabel 4.14 diatas menunjukkan bahwa model persamaan regresi berganda adalah:

$$Y = -8,827 + 0,135X_1 + 0,432X_2 + 0,341X_3 + 0,117X_4$$

Hasil persamaan regresi dan interpretasi dari analisis regresi berganda adalah: Nilai konstanta (a) bertanda negatif yaitu, -8,827 artinya apabila *Perceived ease of use*, *Perceived usefulness*, *Attitude toward using*, *Behavioral intention to use*, sama dengan nol (0) maka minat penggunaan aplikasi *shopee* mengalami penurunan. Nilai koefisien regresi variabel *perceived ease of use* (X1) yaitu sebesar 0,135 artinya *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan aplikasi *shopee*. Nilai koefisien regresi variabel *Perceived usefulness* (X2) yaitu sebesar 0,432 artinya *Perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan aplikasi *shopee*. Nilai koefisien regresi variabel *Attitude toward using* (X3) yaitu sebesar 0,341 artinya *Attitude toward using* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan aplikasi

shopee. Nilai koefisien regresi variabel *Behavioral intention to use* (X_4) yaitu sebesar 0,117 artinya *Behavioral intention to use* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan aplikasi *shopee*.

2. Uji Parsial dengan T-Test

Derajat kebebasan pada T_{tabel} yaitu $df = n - k - 1$, dimana n adalah jumlah observasi serta k adalah jumlah variabel independen. $df=100-4-1=95$ sehingga menghasilkan T_{tabel} sebesar 1,985.

Tabel 4.15
Hasil Uji T (Uji Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-8.827	.610		-14.468	.000
	Perceived Ease Of use	.135	.043	.184	3.145	.002
	Perceived Usefulness	.432	.065	.409	6.661	.000
	Attitude Toward Using	.341	.047	.318	7.285	.000
	Behavioral intention to use	.117	.031	.150	3.726	.000

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan Aplikasi Shopee

Sumber: Data diolah (SPSS 26) 2024

Berdasarkan Tabel 4.15, untuk variabel *intercept* (konstanta) diperoleh nilai $t_{hitung} |-14,468| \leq t_{(100-4-1)} (1,985)$ atau probabilitas (*sig*) yaitu $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak. Artinya terdapat pengaruh signifikan antara *intercept* terhadap minat penggunaan aplikasi *Shopee* (Y).

Variabel *Perceived Ease of Use* (X_1) diperoleh nilai $t_{hitung} |3,145| > t_{tabel} (1,985)$ atau probabilitas (*sig*) yaitu $0,002 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak. Artinya terdapat pengaruh signifikan antara *Perceived Ease of Use* (X_1) terhadap minat penggunaan aplikasi *Shopee* (Y). Nilai parameter regresi

pada X_1 yaitu 0,135 dimana bernilai positif, artinya semakin bertambah penilaian *Perceived Ease of Use* satu satuan maka semakin meningkat nilai minat penggunaan aplikasi *Shopee*.

Variabel *Perceived Usefulness* (X_2) diperoleh nilai $t_{hitung} |6,661| > t_{tabel}$ (1,985) atau probabilitas (*sig*) yaitu $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak. Artinya terdapat pengaruh signifikan antara *Perceived Usefulness* (X_2) terhadap minat penggunaan aplikasi *Shopee* (Y). Nilai parameter regresi pada X_2 yaitu 0,432 dimana bernilai positif, artinya semakin bertambah penilaian *Perceived Usefulness* satu satuan maka semakin meningkat nilai minat penggunaan aplikasi *Shopee*.

Variabel *Attitude Toward Using* (X_3) diperoleh nilai $t_{hitung} |7,285| > t_{tabel}$ (1,985) atau probabilitas (*sig*) yaitu $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak. Artinya terdapat pengaruh signifikan antara *Attitude Toward Using* (X_3) terhadap minat penggunaan aplikasi *shopee* (Y). Nilai parameter regresi pada X_3 yaitu 0,341 dimana bernilai positif, artinya semakin bertambah penilaian *Attitude Toward Using* satu satuan maka semakin meningkat minat penggunaan aplikasi *shopee*.

Variabel *Behavioral Intention to Use* (X_4) diperoleh nilai $t_{hitung} |3,726| > t_{tabel}$ (1,985) atau probabilitas (*sig*) yaitu $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak. Artinya terdapat pengaruh signifikan antara *Behavioral Intention to Use* (X_4) terhadap minat penggunaan aplikasi *Shopee* (Y). Nilai parameter regresi pada X_4 yaitu 0,117 dimana bernilai positif, artinya semakin bertambah penilaian *Behavioral Intention to Use* satu satuan maka semakin meningkat nilai minat penggunaan aplikasi *Shopee*.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien korelasi dan determinasi digunakan untuk melihat kelayakan penelitian yang dilakukan dengan melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan bantuan *software* SPSS dapat dilihat nilai koefisien determinasi sebagai berikut.

Tabel 4.16
Hasil Pengujian untuk Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-watson
1	.970 ^a	.941	.938	.84396	.709
a. Predictors: (Constant), Behavioral Intention to Use, Perceived Usefulness, Attitude Toward Using, Perceived Ease Of Use					
b. Dependent Variable: Minat Penggunaan Aplikasi Shopee					

Sumber: Data diolah (SPSS 26) 2024

Berdasarkan Tabel 4.16 diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,970, artinya terdapat hubungan (korelasi) sangat kuat sebesar 97,0% antara variabel independen yaitu Persepsi kemudahan pengguna (*Perceived Ease of Use*), Persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*), Sikap terhadap kegunaan (*Attitude Toward Using*) dan Perilaku untuk menggunakan (*Behavioral Intention to Use*) terhadap minat penggunaan aplikasi *shopee* (*Actual System Usage*).

Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,941, artinya kontribusi persepsi kemudahan pengguna (*Perceived Ease of Use*), persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*), Sikap terhadap kegunaan (*Attitude Toward Using*) dan perilaku untuk menggunakan (*Behavioral Intention to Use*) dalam mempengaruhi minat penggunaan aplikasi *Shopee* dapat dijelaskan oleh

model sebesar 94,1%, sisanya 5,9% berasal dari pengaruh faktor lainnya yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

C. Pembahasan

1. Pengaruh *perceived ease of use* terhadap minat penggunaan aplikasi shopee

Penelitian ini didapatkan hasil adanya korelasi positif lemah dan bermakna antara dimensi *perceived ease of use* dengan minat penggunaan sistem aplikasi shopee, semakin tinggi skor *perceived ease of use* maka semakin tinggi minat penggunaan aplikasi shopee. Namun, *perceived ease of use* hanya memberikan pengaruh sebesar 0.135 Hasil penelitian ini sejalan dengan Budiastuti (2020) yang menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengguna aplikasi shopee dan Evi Anggraini (2019) penelitian ini menemukan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap penerimaan pengguna terhadap sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada UMKM. Temuan ini menunjukkan bahwa *perceived ease of use* merupakan salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi minat penggunaan terhadap sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi shopee.

2. Pengaruh *perceived Usefulness* terhadap minat penggunaan aplikasi shopee

Penelitian ini didapatkan hasil adanya korelasi positif kuat dan bermakna antara dimensi *perceived usefulness* dengan minat penggunaan pada aplikasi shopee. Semakin tinggi skor dimensi *perceived usefulness* maka semakin tinggi penerimaan pengguna aplikasi shopee memberikan pengaruh sebesar 0.432 terhadap minat

penggunaan aplikasi shopee. Hasil penelitian ini sejalan dengan Budiastuti (2020) yang menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengguna sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi shopee. Ernita sari (2023) *perceived usefulness* memberikan pengaruh sebesar 31,1% terhadap penerimaan penggunaan *digital marketing* pada media instagram. Penelitian Namira dkk, pada tahun 2021 menunjukkan hasil bahwa *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap perilaku seseorang dalam menggunakan teknologi dalam hal ini *e-money*, semakin tinggi manfaat yang dirasakan, maka semakin tinggi perilaku seseorang dalam menggunakan *e-money*.

3. Pengaruh *Attitude Toward Using* terhadap minat penggunaan aplikasi shopee

Penelitian ini didapatkan hasil adanya korelasi positif kuat dan bermakna antara dimensi *attitude toward using* (sikap terhadap pengguna) dengan minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi shopee. *Attitude toward using* memberikan pengaruh sebesar sebesar 0.341 terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi shopee.

Attitude toward using dalam *technology acceptance model* (TAM) dikonsepsikan sebagai sikap terhadap penggunaan sistem yang berbentuk penerimaan atau penolakan sebagai dampak bila seseorang menggunakan suatu teknologi dalam pekerjaannya. Sikap seseorang terhadap penerapan sesuatu adalah mendukung atau menolak pengaplikasian suatu produk dan dapat digunakan untuk memprediksi

perilaku atau niat seseorang untuk menggunakan atau tidak menggunakan suatu produk.

4. Pengaruh *Behavioral Intention to Use* terhadap minat penggunaan aplikasi shopee

Behavioral Intention to Use adalah kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi. Tingkat penggunaan sebuah teknologi sistem pada seseorang dapat diprediksi dari sikap perhatiannya terhadap teknologi tersebut, misalnya keinginan menambah minat, motivasi untuk tetap menggunakan, serta keinginan untuk memotivasi pengguna lain. Simamora mengklaim bahwa ada 4 fungsi sikap yang memotivasi pembentukan dan penguatan sikap positif terhadap suatu objek yang memenuhi kebutuhan atau sikap negatif terhadap suatu objek yang menyebabkan kerugian, hukuman, atau ancaman.

Penelitian yang didapatkan hasil adanya korelasi positif lemah dan bermakna antara dimensi *behavioral intention to use* maka semakin tinggi minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi shopee hanya memberikan pengaruh sebesar 0.117.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang sudah dilakukan disimpulkan bahwa:

1. Persepsi kemudahan pengguna (*Perceived Ease of Use*) berpengaruh positif sebesar 0.135 terhadap minat penggunaan pada aplikasi shopee. Jika pengguna merasa bahwa menggunakan aplikasi shopee mudah untuk digunakan, mereka cenderung akan lebih condong menggunakannya secara efektif. Hal ini bisa berarti bahwa mereka akan lebih sering menggunakan aplikasi shopee untuk keperluan mereka, sehingga meningkatkan minat penggunaan aplikasi shopee.
2. Persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) berpengaruh positif sebesar 0.432 terhadap minat penggunaan pada aplikasi shopee. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi minat pengguna terhadap penggunaan aplikasi shopee, semakin tinggi pula mereka untuk menggunakannya. Semakin tinggi persentasenya semakin tinggi hubungannya.
3. Sikap terhadap kegunaan (*Attitude Toward Using*) berpengaruh positif sebesar 0.341 terhadap minat penggunaan pada aplikasi shopee. Jika pengguna memiliki sikap yang positif terhadap penggunaan aplikasi shopee, cenderung akan lebih termotivasi untuk menggunakannya secara aktif. Hal ini dapat meningkatkan minat penggunaan aplikasi shopee.

4. Perilaku untuk menggunakan (*Behavioral Intention to Use*) berpengaruh positif sebesar 0.117 terhadap minat pada aplikasi shopee. Jika pengguna memiliki niat yang kuat untuk menggunakan aplikasi shopee mereka cenderung akan lebih aktif dalam menggunakannya. Hal ini dapat meningkatkan minat penggunaan aplikasi shopee.

B. Saran

Berdasarkan simpulan dari hasil penelitian, maka dikemukakan saran sebagai berikut:

1. Untuk peneliti selanjutnya, Mendalami lebih lanjut faktor-faktor penerimaan yang mempengaruhi minat penggunaan aplikasi shopee termasuk faktor internal dan eksternal yang mungkin mempengaruhi persepsi pengguna. Memperluas cakupan penelitian untuk membandingkan aplikasi shopee dengan *platform e-commerce* lainnya.
2. Untuk pengguna shopee, memanfaatkan fitur-fitur yang disediakan oleh aplikasi shopee dengan sebaik-baiknya.
3. Untuk penyedia aplikasi shopee, terus mengembangkan dan memperbaiki fitur-fitur yang ada untuk memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik dan efisien.

DAFTAR PUSTAKA

- Anthony, L., & Sama, H. (2021). *Studi Kualitatif Mengenai Faktor Penerimaan Aplikasi E-Commerce Shopee Dan Fintech Shopeepay Bagi Masyarakat Senior* (Vol. 1, Issue 1). <https://journal.uib.ac.id/index.php/combines>
- Ardiyanto, F., Kusumadewi, H., Program, S., Manajemen, F., Bisnis, U., Pgri, Y., Studi, P., Akuntansi, D., Akuntansi, A., & Yogyakarta, Y. (2019). Pengintegrasian TAM dan Kepercayaan Konsumen pada Marketplace Online Indonesia. In *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen* (Vol. 3, Issue 2). <http://jurnal.unswagati.ac.id/index.php/jibm>
- Aulia Safitri, S., & Aini Rahmah, N. (2023). The Effect of Accounting Information Systems and Online Shopping on Impulsive Buying on Shopee E-Commerce Users. *Social Science Studies*, 3(4), 279–297. <https://doi.org/10.47153/sss34.7402023>
- Cirly sarastila, Vi'In Ayu Pertiwi, & Asihing Kustanti. (2021). *Model Penerimaan Teknologi dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Tanaman Hias Melalui E-commerce Saat Pandemi COVID-19 TAM and Customer's Trust Toward Intention to Purchase Ornamental Plants Through E-Commerce During The COVID-19 Pandemic* (Vol. 17, Issue 2).
- Deananda, A., Budiastuti, P., & Muid, D. (2020). *Diponegoro JournalL Of Accounting Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Minat Penggunaan SIA Berbasis E-commerce Pada Aplikasi Shopee Dengan Memakai TAM* . 9, 1–10. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Fauzi, E., Sinatrya, M. V., Ramdhani, N. D., Muhammad, Z., & Safari, R. (2022). Pengaruh kemajuan teknologi informasi terhadap perkembangan akuntansi Ruhuphy Ramadhan. In *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi* (Issue 7). <http://ejournal.unikama.ac.idHal|189>
- Hervilia, H., Singasatia, D., & M. Agus Sunandar. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Teknologi Pada Pengguna Aplikasi Shopee Memakai TAM . *INSOLOGI: Jurnal Sains Dan Teknologi*, 1(4), 401–410. <https://doi.org/10.55123/insologi.v1i4.750>
- Kurniawan, L., Anggraeni, L., Haryanto, P., & Suratman, A. (2022). *Penggunaan E-Commerce dan SIA Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha ditengah Pandemi Covid-19*. <http://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA>
- Lovita, E., & Susanty, F. (2021). Peranan Pemahaman E-Commerce dan SIA Bagi Kewirausahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 18(02), 47–54. <https://doi.org/10.36406/jam.v18i02.437>
- Mahendra, D., Santosa, J., & Haryanto, A. T. (2020). Pengaruh SIA, Pengembangan Sumber Daya Manusia Terhadap Pengendalian Intern dan Laporan Keuangan yang Handal. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 21(01). <https://doi.org/10.29040/jap.v21i1.1007>

- Minan, K. (2021). Analisis Pendekatan Metode TAM Pada Penggunaan Aplikasi E-Commerce. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(2), 181–187. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i2.1118>
- Purwanto, E., & Budiman, V. (2020). *Applying the TAM to Investigate the Intention to Use E-health: A Conceptual Framework*. <https://www.researchgate.net/publication/342701335>
- Putri, P. A. Y., & Endiana, I. D. M. (2020). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Dan Sistem Pengendalian Internal Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Kasus Pada Koperasi di Kecamatan Payangan). *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 11(2), 179–189. <https://doi.org/10.22225/kr.11.2.1433.179-189>
- Rehatalanit, Y. L. R. (2021). *Peran E-commerce dalam Pengembangan Bisnis*.
- Ulil Albab, M., Studi Akuntansi, P., Ekonomi dan Bisnis, F., & Islam Malang, U. (2023). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan SIA Berbasis E-commerce Pada Aplikasi Penjualan Online Dengan Memakai TAM (Studi Kasus Pada Pelaku UMKM di Kota Malang). In *e_Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi* (Vol. 12). <http://jim.unisma.ac.id/index.php/jra>,



LAMPIRAN



Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

Kuesioner

Kepada Yth, Bapak/Ibu dan teman-teman sekalian sebagai pelaku pengguna aplikasi shopee di Kota Makassar

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Perkenalkan saya A. Ayu Andira mahasiswi Universitas Muhammadiyah Makassar Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang saat ini sedang melakukan penelitian dalam rangka penyelesaian skripsi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat penerimaan pengguna aplikasi shopee serta untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penerimaan pengguna berdasarkan, persepsi pengguna akhir yang telah menggunakan shopee dengan menggunakan metode *technology acceptance model* (TAM) oleh Davis (1989) dengan kriteria sebagai berikut:

1. Penduduk Kota Makassar yang berada di Kecamatan Tallo, Kecamatan Mamajang, Kecamatan Tamalate, Kecamatan Manggala, Kecamatan Panakukang, Kecamatan Tamalanrea, dan Kecamatan Rappocini.
2. Pengguna Shopee

Data yang diberikan akan dijaga kerahasiannya oleh peneliti dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian. Besar harapan peneliti agar sekiranya mengisi kuesioner ini dengan sebenar-benarnya.

Terimakasih

Wassalamualaikum warahamatullhi wabaraktuh

Keterangan pengisian kuesioner

Pilihlah salah satu jawaban dari pernyataan dibawah ini yang paling sesuai dengan anda. Setiap pernyataan hanya di perkenankan satu pilihan jawaban. Penilaian ini dilakukan dengan 1-5 dengan makna penilaian sebagai berikut:

Point 5: Sangat Setuju

Point 4: Setuju

Point 3: Ragu-Ragu

Point 2: Tidak Setuju

Point 1: Sangat Tidak Setuju

Indentitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin :

- Laki-Laki
- Perempuan

Usia :

- 17-20 Tahun
- 20-30 Tahun
- 30-45 Tahun
- >46 Tahun

Pendidikan :

- SMA



- Diploma
- S1
- S2

Status Pekerjaan

- Pelajar/Mahasiswa
- PNS
- Karyawan Swasta
- Dosen
- Ibu Rumah Tangga
- Lainnya

Domisili

- Kecamatan Tallo Kota Makassar
- Kecamatan Mamajang Kota Makassar
- Kecamatan Tamalate Kota Makassar
- Kecamatan Manggala Kota Makassar
- Kecamatan Panakukang Kota Makassar
- Kecamatan Tamalanrea Kota Makassar
- Kecamatan Rappocini Kota Makassar

Seberapa sering menggunakan Shopee

- Setiap Hari
- Satu kali dalam seminggu
- Satu kali dalam dua minggu
- Satu kali dalam sebulan

Perceived Ease Of use (X1)

No	Pernyataan	Keterangan				
		SS	S	RR	TS	STS
1.	Saya merasa bahwa aplikasi shopee mudah dipelajari					
2.	Saya merasa aplikasi shopee mudah dipahami					
3.	Saya merasa bahwa aplikasi shopee mudah dikuasai					
4.	Saya merasa bahwa aplikasi shopee mudah digunakan					
5.	Saya merasa bahwa aplikasi shopee mudah dikendalikan					
6.	Saya merasa aplikasi shopee mudah diingat					

Perceived Usefulness (X2)

No	Pernyataan	Keterangan				
		SS	S	RR	TS	STS
1.	Aplikasi shopee dapat membantu saya menemukan barang yang saya cari dengan cepat					
2.	Aplikasi shopee dapat membantu saya membandingkan harga barang dengan mudah					
3.	Aplikasi shopee dapat membantu saya melakukan transaksi dengan aman dan nyaman					
4.	Aplikasi shopee dapat membantu saya menghemat waktu dan biaya					
5.	Aplikasi shopee dapat membantu saya mendapatkan barang yang saya inginkan					

Attitude toward Using (X3)

No	Pernyataan	Keterangan				
		SS	S	RR	TS	STS
1.	Saya merasa senang menggunakan aplikasi shopee					
2.	Saya menikmati menggunakan aplikasi shopee					
3.	Saya merasa bosan menggunakan aplikasi shopee					
4.	Saya tidak suka menggunakan aplikasi shopee					



Behavioral Intention To Use (X4)

No	Pernyataan	Keterangan				
		SS	S	RR	TS	STS
1.	Saya berencana menggunakn aplikasi shopee di amasa mendatang					
2.	Saya termotivasi untuk menggunakan aplikasi shopee di masa mendatang					
3.	Saya akan menggunakan aplikasi shopee secara rutin					
4.	Saya menggunakan aplikasi shopee kapan saja saya membutuhkannya					
5.	Saya menggunakan aplikasi shopee dalam kondisi apapun					

Minat penggunaan aplikasi shopee (Y)

No	Pernyataan	Keterangan				
		SS	S	RR	TS	STS
1.	Saya menggunakan aplikasi shopee secara terus-menerus					
2.	Saya berencana untuk terus menggunakan aplikasi shopee					
3.	Saya berharap dapat menggunakan aplikasi shopee					



Lampiran 2: Penyebaran Kuesioner Secara Langsung



Perwakilan responden Kec.Panakukang



Perwakilan responden Kec.Tamalanrea



Perwakilan responden Kec. Rappocini



Perwakilan responden Kec.Tamalate



Perwakilan responden Kec.Tallo



Perwakilan responden Kec.Mamajang



Perwakilan responden Kec. Manggala

Lampiran 3: Surat Izin Penelitian

1. Surat Permohonan Penelitian dari Kampus

		MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR LEMBAGA PENELITIAN PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT Jl. Sultan Alauddin No. 259 Telp.866972 Fax (0411)865588 Makassar 90221 e-mail :lp3m@unismuh.ac.id
Nomor	: 3383/05/C.4-VIII/1/1445/2024	17 January 2024 M
Lamp	: 1 (satu) Rangkap Proposal	05 Rajab 1445
Hal	: Permohonan Izin Penelitian	
Kepada Yth, Bapak Gubernur Prov. Sul-Sel Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal & PTSP Provinsi Sulawesi Selatan di - Makassar ﷻ		
Berdasarkan surat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 35/05/A.2-II/1/45/2024 tanggal 17 Januari 2024, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :		
Nama	: A AYU ANDIRA	
No. Stambuk	: 10573 1115620	
Fakultas	: Fakultas Ekonomi dan Bisnis	
Jurusan	: Akuntansi	
Pekerjaan	: Mahasiswa	
Bermaksud melaksanakan penelitian/pengumpulan data dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul :		
"ANALISIS FAKTOR FAKTOR PENGARUH MINAT PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS E-COMMERCE PADA APLIKASI SHOPEE DENGAN PENDEKATAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) "		
Yang akan dilaksanakan dari tanggal 22 Januari 2024 s/d 23 Maret 2024.		
Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku.		
Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan Jazakumullahu khaeran ﷻ		
		Ketua LP3M,   M. Arief Muhsin, M.Pd NBM 1127761

2. Surat Izin penelitian dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP) Provinsi Sulawesi Selatan



PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 Jl. Bougenville No.5 Telp. (0411) 441077 Fax. (0411) 448936
 Website : <http://simap-new.sulselprov.go.id> Email : ptsp@sulselprov.go.id
 Makassar 90231

Nomor	: 1069/S.01/PTSP/2024	Kepada Yth.	
Lampiran	: -	Walikota Makassar	
Perihal	: <u>Izin penelitian</u>		

di-
Tempat

Berdasarkan surat Ketua LP3M UNISMUH Makassar Nomor : 3383/05/C.4-VIII/I/1445/2024 tanggal 17 Januari 2024 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

N a m a	: A.AYU ANDIRA
Nomor Pokok	: 105731115620
Program Studi	: Akuntansi
Pekerjaan/Lembaga	: Mahasiswa (S1)
Alamat	: Jl. Sit Alauddin No. 259 Makassar

PROVINSI SULAWESI SELATAN

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka menyusun SKRIPSI, dengan judul :

" ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENGARUH MINAT PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS E-COMMERCE PADA APLIKASI SHOPEE DENGAN PENDEKATAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) "

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. **22 Januari s/d 23 Maret 2024**

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami **menyetujui** kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar
Pada Tanggal 17 Januari 2024

KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN



ASRUL SANI, S.H., M.Si.
 Pangkat : PEMBINA TINGKAT I
 Nip : 19750321 200312 1 008

Tembusan Yth

1. Ketua LP3M UNISMUH Makassar di Makassar;
2. *Pertinggal.*

3. Surat Balasan Izin Penelitian



PEMERINTAH KOTA MAKASSAR
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. Jendral Ahmad Yani No. 2 Makassar 90171
Website: dpmtsp.makassarkota.go.id



SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Nomor: 070/1123/SKP/SB/DPMTSP/1/2024

DASAR:

- Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2018 tentang Penerbitan Keterangan Penelitian.
- Peraturan Daerah Nomor 8 Tahun 2016 tentang Pembentukan Organisasi Perangkat Daerah
- Peraturan Walikota Nomor 4 Tahun 2023 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berbasis Resiko, Perizinan Non Berusaha dan Non Perizinan
- Keputusan Walikota Makassar Nomor 954/503 Tahun 2023 Tentang Pendelegasian Kewenangan Perizinan Berusaha Berbasis Resiko, Perizinan Non Berusaha dan Non Perizinan yang Menjadi Kewenangan Pemerintah Daerah Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Makassar Tahun 2023
- Surat Kepala Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Sulawesi Selatan nomor 070/1123/SKP/SB/DPMTSP/1/2024, Tanggal 17 Januari 2024
- Rekomendasi Teknis Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Makassar nomor 1128/SKP/SB/BKBP/1/2024

Dengan Ini Menerangkan Bahwa :

Nama : A.AYU ANDIRA
NIM / Jurusan : 105731115620 / Akuntansi
Pekerjaan : Mahasiswa (S1) / Universitas Muhammadiyah Makassar
Alamat : Jl.Slt Alauddin No. 259 Makassar
Lokasi Penelitian : Terlampir,-
Waktu Penelitian : 22 Januari 2024 - 23 Maret 2024
Tujuan : Skripsi
Judul Penelitian : "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENGARUH MINAT PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS E-COMMERCE PADA APLIKASI SHOPEE DENGAN PENDEKATAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)"

Dalam melakukan kegiatan agar yang bersangkutan memenuhi ketentuan sebagai berikut:

- Surat Keterangan Penelitian ini diterbitkan untuk kepentingan penelitian yang bersangkutan selama waktu yang sudah ditentukan dalam surat keterangan ini.
- Tidak dibenarkan melakukan penelitian yang tidak sesuai / tidak ada kaitannya dengan judul dan tujuan kegiatan penelitian.
- Melaporkan hasil penelitian kepada Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Makassar melalui email bidangpoldagrikesbangpolmks@gmail.com.
- Surat Keterangan Penelitian ini dicabut kembali apabila pemegangnya tidak menaati ketentuan tersebut diatas.



Ditetapkan di Makassar
Pada tanggal: 2024-01-23 12:02:26

Ditandatangani secara elektronik oleh
**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
KOTA MAKASSAR**
HELMY BUDIMAN, S.STP., M.M.

Tembusan Kepada Yth:

- Pimpinan Lembaga/Instansi/Perusahaan Lokasi Penelitian;
- Pertinggal,-

Lampiran 4: Tabulasi Data Kuesioner Penelitian

1. *Perceived Ease of Use*

No. Resp	<i>Perceived Ease of Use (X1)</i>						Total X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	
1	5	5	5	5	5	5	30
2	5	5	5	5	3	5	28
3	1	1	1	1	2	2	8
4	3	3	3	3	3	3	18
5	5	5	5	5	5	5	30
6	4	4	4	4	4	4	24
7	5	5	5	5	5	5	30
8	5	4	4	4	4	3	24
9	5	4	4	4	4	3	24
10	4	4	4	4	4	4	24
11	5	3	5	5	5	5	28
12	3	3	3	3	3	3	18
13	5	5	5	5	5	5	30
14	5	5	5	3	5	5	28
15	5	5	5	5	5	5	30
16	5	5	5	5	5	5	30
17	4	4	4	4	4	4	24
18	4	4	4	4	4	4	24
19	5	5	5	5	3	5	28
20	1	1	1	1	2	4	10
21	5	5	5	5	5	5	30
22	5	5	5	5	5	5	30
23	5	5	5	5	5	5	30
24	4	4	4	4	4	4	24
25	5	5	5	5	4	4	28
26	5	5	5	5	3	5	28
27	5	5	4	5	4	4	27
28	4	4	5	5	5	4	27

29	3	3	3	3	3	4	19
30	5	4	4	4	4	4	25
31	4	4	4	4	4	4	24
32	5	5	5	5	5	5	30
33	5	5	5	5	5	3	28
34	3	5	5	5	5	5	28
35	5	5	5	5	5	5	30
36	5	5	5	5	5	5	30
37	5	5	5	4	4	4	27
38	4	4	4	5	4	5	26
39	4	4	4	4	4	4	24
40	4	4	4	4	4	4	24
41	4	4	4	4	4	4	24
42	4	4	4	4	4	4	24
43	5	5	4	4	4	4	26
44	5	5	5	5	5	5	30
45	5	5	5	5	5	5	30
46	5	5	5	5	5	5	30
47	5	5	5	5	5	5	30
48	5	5	5	5	5	5	30
49	5	5	4	4	4	4	26
50	5	5	4	5	5	5	29
51	4	4	4	4	4	4	24
52	4	4	4	4	4	4	24
53	5	5	5	5	5	5	30
54	4	4	5	5	4	4	26
55	5	5	4	4	4	4	26
56	5	5	5	5	5	5	30
57	5	5	5	5	5	5	30
58	5	5	5	5	5	5	30
59	5	5	5	5	5	5	30
60	5	5	5	5	5	5	30
61	5	5	5	5	4	5	29
62	5	5	5	5	5	5	30
63	5	4	4	4	4	4	25
64	5	5	5	5	4	5	29

65	3	3	3	4	3	4	20
66	4	4	4	4	4	4	24
67	4	4	3	3	4	3	21
68	5	5	5	5	3	3	26
69	5	5	5	5	5	5	30
70	3	2	3	3	2	4	17
71	5	4	4	4	4	4	25
72	5	5	4	4	3	4	25
73	4	5	4	4	4	4	25
74	5	5	5	5	5	5	30
75	4	4	5	4	3	4	24
76	4	4	4	4	5	4	25
77	5	5	5	5	4	5	29
78	5	5	5	5	4	5	29
79	4	4	4	5	5	4	26
80	5	5	5	5	5	5	30
81	5	5	5	5	5	5	30
82	5	5	5	5	5	5	30
83	4	4	4	4	3	3	22
84	5	5	5	5	5	5	30
85	4	4	4	4	4	5	25
86	1	1	1	1	1	1	6
87	4	4	4	4	4	4	24
88	4	4	3	2	4	5	22
89	4	3	3	4	3	4	21
90	3	4	4	4	4	4	23
91	5	5	4	5	5	5	29
92	4	4	3	4	3	4	22
93	5	5	5	5	5	5	30
94	3	3	3	3	3	5	20
95	4	4	4	4	4	4	24
96	5	5	5	4	5	5	29
97	5	5	5	5	5	5	30
98	4	4	4	4	3	5	24
99	4	5	5	5	4	5	28
100	5	5	5	5	3	5	28

2. Perceived Usefulness

No. Resp	Perceived Usefulness (X2)					Total X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
1	5	5	5	5	5	25
2	5	3	5	5	5	23
3	2	2	2	3	3	12
4	4	3	4	3	4	18
5	5	5	5	5	5	25
6	4	5	4	5	3	21
7	5	5	5	5	5	25
8	4	4	5	3	5	21
9	5	5	3	3	5	21
10	4	4	4	4	4	20
11	5	5	5	5	5	25
12	3	3	3	3	3	15
13	5	5	5	5	5	25
14	5	5	5	5	5	25
15	5	5	5	5	5	25
16	5	5	5	5	5	25
17	5	5	3	3	5	21
18	4	4	4	4	4	20
19	4	5	5	5	4	23
20	2	3	2	2	2	11
21	5	5	5	5	5	25
22	5	5	5	5	5	25
23	5	5	5	5	5	25
24	5	4	4	4	4	21
25	4	5	4	5	5	23
26	5	5	5	5	5	25
27	4	5	5	5	4	23
28	5	5	4	4	5	23
29	3	3	3	3	3	15
30	4	4	4	4	4	20
31	2	3	3	2	3	13
32	5	5	5	5	5	25

33	5	5	5	5	5	25
34	5	4	5	5	5	24
35	5	5	5	5	5	25
36	5	5	5	5	5	25
37	5	4	4	5	5	23
38	5	5	3	5	5	23
39	5	4	4	4	4	21
40	4	4	4	5	3	20
41	4	5	4	4	4	21
42	5	4	4	4	4	21
43	4	5	5	4	4	22
44	5	5	5	5	5	25
45	5	5	5	5	5	25
46	5	5	5	5	5	25
47	5	5	5	5	5	25
48	5	5	5	4	5	24
49	4	4	4	5	5	22
50	5	5	5	5	5	25
51	4	5	4	4	4	21
52	4	4	4	4	4	20
53	5	5	5	5	5	25
54	3	5	5	4	5	22
55	5	4	4	5	4	22
56	5	5	5	5	5	25
57	5	5	5	5	5	25
58	5	5	5	5	5	25
59	5	5	5	5	5	25
60	5	5	5	5	5	25
61	5	5	4	5	5	24
62	5	5	5	5	5	25
63	5	3	4	4	4	20
64	5	5	5	4	5	24
65	5	4	3	3	5	20
66	4	4	4	4	4	20
67	5	4	4	4	4	21
68	4	4	4	5	5	22

69	5	3	5	5	5	23
70	3	2	2	2	3	12
71	5	4	5	4	4	22
72	4	4	4	4	4	20
73	5	5	4	4	4	22
74	5	5	5	5	5	25
75	4	4	4	4	4	20
76	3	4	4	4	4	19
77	5	5	5	4	5	24
78	5	5	4	5	5	24
79	4	4	3	4	4	19
80	4	5	5	5	5	24
81	5	5	5	5	5	25
82	5	5	5	5	5	25
83	4	3	4	4	4	19
84	5	5	5	5	5	25
85	4	4	4	4	5	21
86	4	2	3	4	3	16
87	5	4	4	3	5	21
88	5	4	3	5	4	21
89	3	4	4	3	4	18
90	4	5	3	3	5	20
91	5	5	5	5	4	24
92	4	4	3	4	4	19
93	5	5	4	5	5	24
94	5	3	5	3	3	19
95	5	4	4	4	4	21
96	5	5	5	4	5	24
97	5	5	5	5	5	25
98	5	5	3	3	5	21
99	5	5	5	4	5	24
100	5	5	4	5	5	24

3. Attitude Toward Using

No. Resp	Attitude Toward Using (X3)				Total X3
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	
1	5	4	3	2	14
2	4	4	3	2	13
3	2	2	2	2	8
4	4	4	1	1	10
5	5	5	5	5	20
6	5	5	1	1	12
7	5	5	5	5	20
8	5	5	1	1	12
9	4	4	2	2	12
10	4	4	2	2	12
11	5	5	5	5	20
12	4	4	1	1	10
13	5	5	5	5	20
14	5	5	5	5	20
15	5	5	3	1	14
16	5	5	5	5	20
17	5	5	1	1	12
18	4	4	2	2	12
19	5	5	1	1	12
20	2	2	2	2	8
21	4	4	4	2	14
22	4	4	3	3	14
23	5	5	5	5	20
24	4	4	2	2	12
25	5	5	1	1	12
26	5	5	5	5	20
27	5	5	1	1	12
28	5	5	1	1	12
29	4	4	1	1	10
30	4	4	2	2	12
31	2	3	2	3	10
32	5	5	5	5	20

33	5	5	5	5	20
34	5	5	5	5	20
35	5	5	5	5	20
36	5	5	4	4	18
37	5	5	1	1	12
38	5	5	1	1	12
39	5	5	1	1	12
40	3	3	3	3	12
41	5	5	1	1	12
42	4	4	2	2	12
43	5	5	1	1	12
44	5	4	4	5	18
45	5	5	4	4	18
46	5	5	2	2	14
47	5	5	1	3	14
48	5	5	2	2	14
49	5	5	1	1	12
50	5	5	3	1	14
51	5	5	1	1	12
52	4	3	3	2	12
53	4	5	5	3	17
54	5	5	1	1	12
55	5	5	1	1	12
56	5	5	4	3	17
57	4	4	4	4	16
58	4	4	4	4	16
59	4	4	4	4	16
60	4	4	4	4	16
61	5	5	2	2	14
62	5	5	3	3	16
63	3	3	3	3	12
64	4	3	4	3	14
65	4	4	1	1	10
66	5	5	1	1	12
67	4	4	1	1	10
68	5	5	1	1	12

69	4	4	4	4	16
70	3	3	2	1	9
71	5	5	1	1	12
72	4	4	2	2	12
73	5	5	1	1	12
74	3	3	5	5	16
75	1	2	5	4	12
76	4	4	2	1	11
77	5	5	2	1	13
78	5	5	2	1	13
79	4	4	1	2	11
80	4	4	4	4	16
81	4	4	4	4	16
82	4	4	4	4	16
83	3	4	3	1	11
84	5	5	3	2	15
85	4	4	1	3	12
86	2	2	2	2	8
87	4	4	2	2	12
88	4	3	3	1	11
89	3	3	2	2	10
90	3	2	4	3	12
91	5	5	2	1	13
92	4	4	1	1	10
93	5	5	3	2	15
94	4	4	1	1	10
95	4	4	2	2	12
96	4	4	3	2	13
97	5	4	4	2	15
98	4	4	2	2	12
99	5	5	2	1	13
100	4	4	3	2	13

4. Behavioral Intention To Use

No Resp	Behavioral Intentin to use (X4)					Total X4
	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	
1	4	4	4	5	3	20
2	5	5	3	5	5	23
3	2	3	1	4	2	12
4	2	2	2	2	2	10
5	5	5	5	5	5	25
6	3	3	3	4	3	16
7	5	5	5	5	5	25
8	4	4	3	4	3	18
9	4	4	3	4	3	18
10	1	4	2	5	3	15
11	5	5	5	5	5	25
12	3	2	1	2	1	9
13	5	5	4	4	4	22
14	5	5	5	5	5	25
15	5	5	3	5	3	21
16	5	5	5	5	5	25
17	5	4	3	5	4	21
18	4	4	3	4	3	18
19	4	5	4	4	3	20
20	2	2	2	4	2	12
21	3	4	4	5	3	19
22	1	2	5	4	4	16
23	5	5	5	5	5	25
24	4	4	3	4	4	19
25	1	4	4	5	5	19
26	5	5	5	4	5	24
27	5	5	5	5	3	23
28	5	5	5	5	5	25
29	3	3	1	5	2	14
30	3	3	3	4	3	16
31	5	5	4	5	1	20
32	5	5	5	5	5	25

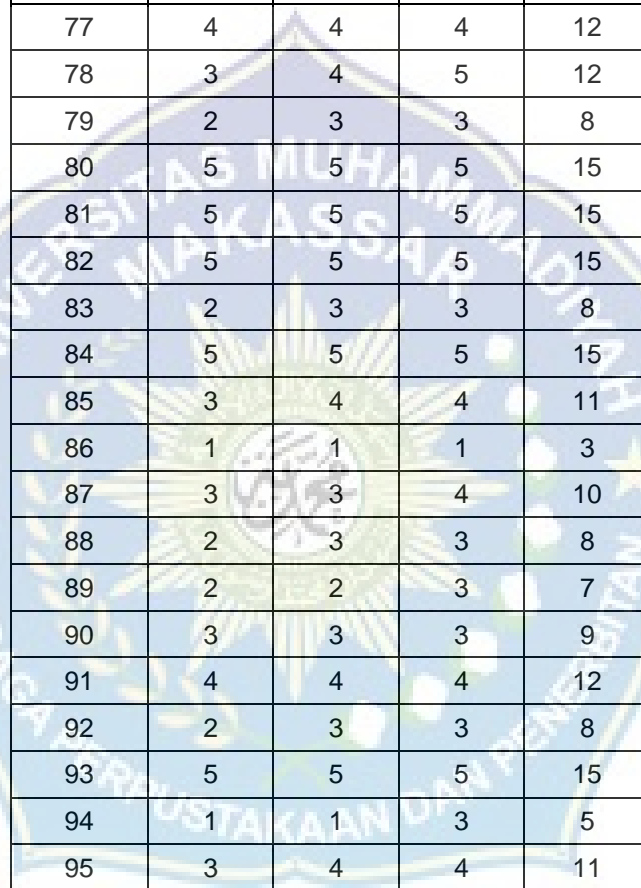
33	5	5	5	5	5	25
34	1	5	5	5	5	21
35	5	5	5	5	5	25
36	4	5	4	5	5	23
37	3	3	3	5	3	17
38	3	3	3	3	4	16
39	2	2	4	4	4	16
40	3	4	3	3	3	16
41	2	4	4	4	3	17
42	4	5	3	5	5	22
43	4	4	4	4	3	19
44	5	5	5	5	5	25
45	5	5	5	5	5	25
46	5	4	4	4	4	21
47	4	4	4	4	2	18
48	5	5	3	5	4	22
49	4	4	4	4	4	20
50	4	4	4	5	5	22
51	4	4	1	4	1	14
52	3	3	3	3	3	15
53	5	5	5	5	5	25
54	4	4	3	4	3	18
55	4	4	4	5	4	21
56	1	1	5	5	5	17
57	5	5	5	5	5	25
58	5	4	5	5	5	24
59	5	5	3	5	5	23
60	5	5	3	5	3	21
61	4	4	4	4	4	20
62	2	5	5	5	5	22
63	2	2	3	2	3	12
64	2	4	4	4	2	16
65	1	5	1	5	1	13
66	2	2	3	5	2	14
67	4	4	3	5	2	18
68	5	5	5	5	5	25

69	5	4	4	5	5	23
70	2	3	3	2	2	12
71	4	3	3	4	4	18
72	3	3	3	3	3	15
73	1	1	3	3	4	12
74	5	5	3	4	3	20
75	3	3	3	2	2	13
76	4	4	3	5	3	19
77	4	4	4	4	4	20
78	2	2	3	4	3	14
79	4	4	3	3	2	16
80	5	5	5	5	4	24
81	5	5	5	5	5	25
82	5	5	5	5	5	25
83	3	5	4	4	2	18
84	5	5	4	5	3	22
85	4	4	4	4	3	19
86	1	1	3	4	3	12
87	4	4	3	5	3	19
88	2	2	2	2	2	10
89	2	4	3	4	2	15
90	3	3	3	4	3	16
91	5	5	4	4	4	22
92	4	4	3	4	2	17
93	5	5	5	5	5	25
94	3	3	1	4	1	12
95	4	4	3	4	4	19
96	4	4	4	4	4	20
97	4	4	5	5	4	22
98	5	5	5	4	4	23
99	4	4	4	4	4	20
100	4	4	4	4	4	20

5. Minat Penggunaan Aplikasi Shopee

No.Resp	Minat Penggunaan (Y)			Total Y
	Y	Y	Y	
1	3	4	5	12
2	3	3	5	11
3	1	1	1	3
4	1	1	2	4
5	5	5	5	15
6	3	3	4	10
7	5	5	5	15
8	3	3	4	10
9	2	3	4	9
10	2	3	4	9
11	5	5	5	15
12	1	1	2	4
13	5	5	5	15
14	5	5	5	15
15	3	4	5	12
16	5	5	5	15
17	2	3	5	10
18	3	3	3	9
19	3	4	4	11
20	1	1	1	3
21	4	4	4	12
22	4	4	4	12
23	5	5	5	15
24	3	3	4	10
25	3	4	4	11
26	5	5	5	15
27	3	4	4	11
28	3	3	5	11
29	1	1	2	4
30	3	3	3	9
31	1	1	2	4
32	5	5	5	15

33	5	5	5	15
34	5	5	5	15
35	5	5	5	15
36	5	5	5	15
37	3	3	5	11
38	4	3	4	11
39	3	3	4	10
40	2	3	4	9
41	3	3	4	10
42	3	3	4	10
43	3	4	4	11
44	5	5	5	15
45	5	5	5	15
46	4	4	5	13
47	4	4	4	12
48	5	3	5	13
49	3	4	4	11
50	4	4	4	12
51	3	3	4	10
52	3	3	3	9
53	5	5	5	15
54	3	4	4	11
55	4	3	4	11
56	5	5	5	15
57	5	5	5	15
58	5	5	5	15
59	5	5	5	15
60	5	5	5	15
61	4	4	4	12
62	5	5	5	15
63	3	3	3	9
64	4	4	4	12
65	1	1	3	5
66	3	3	3	9
67	2	2	3	7
68	3	3	5	11



69	5	5	5	15
70	1	1	2	4
71	3	4	4	11
72	3	3	3	9
73	3	3	5	11
74	5	5	5	15
75	3	3	3	9
76	2	3	3	8
77	4	4	4	12
78	3	4	5	12
79	2	3	3	8
80	5	5	5	15
81	5	5	5	15
82	5	5	5	15
83	2	3	3	8
84	5	5	5	15
85	3	4	4	11
86	1	1	1	3
87	3	3	4	10
88	2	3	3	8
89	2	2	3	7
90	3	3	3	9
91	4	4	4	12
92	2	3	3	8
93	5	5	5	15
94	1	1	3	5
95	3	4	4	11
96	4	4	4	12
97	5	5	5	15
98	3	4	4	11
99	4	4	4	12
100	4	4	4	12

Lampiran 5: Data Karakteristik Responden

No.	Time Stamp	e-mail Address	N a m a	Jenis Kelamin	Usia	Pendi dikan	Status Pekerjaan	Domisili	Seberapa Sering Menggunakan Shopee
1	1/24/2024 16:39:05	putriregina52@gmail.com	Putri Regina	Perempuan	17-25 tahun	S1	Pelajar/ Mahasiswa	Kecamatan Tamalate Kota Makassar	Satu kali dalam seminggu
2	1/24/2024 20:33:34	amalmalik030901@gmail.com	Amal Malik	Laki-Laki	17-25 tahun	S1	Pelajar/ Mahasiswa	Kecamatan Tallo Kota Makassar	Satu kali dalam seminggu
3	1/24/2024 21:25:44	Msiskaaprilia@gmail.com	Mutiara Siska Aprilia	Perempuan	17-25 tahun	S1	Pelajar/ Mahasiswa	Kecamatan Tallo Kota Makassar	Satu kali dalam sebulan
4	1/24/2024 21:27:44	ahista664@gmail.com	Ahista Maharani	Perempuan	17-25 tahun	S1	Pelajar/ Mahasiswa	Kecamatan Mamajang Kota Makassar	Setiap Hari
5	1/25/2024 9:41:14	aldihermansyah52@gmail.com	Aldi	Laki-Laki	17-25 tahun	SMA	Pelajar/ Mahasiswa	Kecamatan Tamalate Kota Makassar	Satu kali dalam seminggu
6	1/26/2024 11:06:47	nurfarida909@gmail.com	Idaaa	Perempuan	17-25 tahun	S1	Pelajar/ Mahasiswa	Kecamatan Panakukang Kota Makassar	Satu kali dalam sebulan
7	1/26/2024 11:11:26	suanggi.terbang23@gmail.com	Zulkifli	Laki-Laki	26-35 tahun	Diploma	Pelajar/ Mahasiswa	Kecamatana Manggala Kota Makassar	Setiap Hari
8	1/26/2024 11:14:32	habibanur2101@gmail.com	Nurhabiba	Perempuan	17-25 tahun	S1	Pelajar/ Mahasiswa	Kecamatan Tamalanrea Kota Makassar	Satu kali dalam dua minggu

9	1/26/2024 11:15:38	sittisakinah130@gmail.com	Sitti Sakinah	Perempuan	17-25 tahun	S1	Pelajar/ Mahasiswa	Kecamatan Panakukang Kota Makassar	Satu kali dalam dua minggu
10	1/26/2024 11:16:41	windianaandira31@gmail.com	Windi	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pelajar/ Mahasiswa	Kecamatan Rappocini Kota Makassar	Satu kali dalam sebulan
11	1/26/2024 11:32:05	Handayaniaan1397@gmail.com	Handayani	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Karyawan Swasta	Kecamatana Manggala Kota Makassar	Satu kali dalam dua minggu
12	1/26/2024 11:37:30	phiyer30@gmail.com	Hamzah	Laki-Laki	17-25 tahun	S1	Karyawan Swasta	Kecamatan Panakukang Kota Makassar	Satu kali dalam sebulan
13	1/26/2024 11:51:31	sitiasriani7@gmail.com	Siti Asriani	Perempuan	26-35 tahun	S2	Karyawan Swasta	Kecamatan Tamalanrea Kota Makassar	Satu kali dalam seminggu
14	1/26/2024 12:00:01	sucifitriani188@gmail.com	Suci Fitriani	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Karyawan Swasta	Kecamatan Panakukang Kota Makassar	Satu kali dalam sebulan
15	1/26/2024 12:13:33	adhamlallana20@gmail.com	Abdul Rauff	Laki-Laki	17-25 tahun	SMA	Karyawan Swasta	Kecamatana Manggala Kota Makassar	Satu kali dalam seminggu
16	1/26/2024 12:18:04	Inayahsyakilah1502@gmail.com	Inayah Syakilah	Perempuan	17-25 tahun	S1	Pelajar/ Mahasiswa	Kecamatan Tamalate Kota Makassar	Satu kali dalam seminggu
17	1/26/2024 12:35:36	Luthfiyawaabidahh@gmail.com	Luthfiya Waabidah. R	Perempuan	17-25 tahun	S1	lainnya	Kecamatan Tallo Kota Makassar	Satu kali dalam sebulan
18	1/26/2024 12:42:55	Karmilaasandra@gmail.com	Mila	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Karyawan Swasta	Kecamatana Manggala Kota Makassar	Satu kali dalam seminggu
19	1/26/2024 13:41:32	Yusrilmuhammad8603@gmail.com	Muhammad Yusril	Laki-Laki	17-25 tahun	S1	Karyawan Swasta	Kecamatan Panakukang Kota Makassar	Satu kali dalam sebulan

20	1/26/2024 15:25:20	Maulanaslackware@gmail.com	Maulana	Laki-Laki	17-25 tahun	SMA	Karyawan Swasta	Kecamatan Tamalanrea Kota Makassar	Satu kali dalam seminggu
21	1/27/2024 8:21:20	arsitaharis08@gmail.com	Arsita Haris	Perempuan	17-25 tahun	S1	Pelajar/ Mahasiswa	Kecamatan Tallo Kota Makassar	Setiap Hari
22	1/27/2024 8:41:07	Muhnasirppsunm@gmail.com	Muhammad Nasir	Laki-Laki	26-35 tahun	S2	Dosen	Kecamatan Mamajang Kota Makassar	Satu kali dalam dua minggu
23	1/27/2024 8:56:49	setiady163@guru.sd.belajar.id	Setiady	Laki-Laki	36-45 tahun	S1	PNS	Kecamatan Rappocini Kota Makassar	Satu kali dalam sebulan
24	1/27/2024 8:57:33	armitakey177@gmail.com	Paramita	Perempuan	36-45 tahun	SMA	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Mamajang Kota Makassar	Satu kali dalam seminggu
25	1/27/2024 8:58:27	ips27021996@gmail.com	Indah Puspitasari	Perempuan	36-45 tahun	SMA	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Mamajang Kota Makassar	Satu kali dalam dua minggu
26	1/27/2024 8:59:12	Sirajuddindemma@gmail.com	Sirajuddin, S.Pd.,Gr.	Laki-Laki	36-45 tahun	S1	PNS	Kecamatan Rappocini Kota Makassar	Setiap Hari
27	1/27/2024 8:59:15	Heranaabbasambo@gmail.com	Hera	Perempuan	36-45 tahun	S1	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Mamajang Kota Makassar	Setiap Hari
28	1/27/2024 9:03:28	arfanarifandi26@gmail.com	Arfan Arifandi	Laki-Laki	36-45 tahun	SMA	Lainnya	Kecamatan Tamalanrea Kota Makassar	Satu kali dalam sebulan
29	1/27/2024 9:06:43	mila19479@gmail.com	Mila	Perempuan	36-45 tahun	Diploma	PNS	Kecamatan Mamajang Kota Makassar	Satu kali dalam sebulan
30	1/27/2024 9:08:38	erna.strawberry09@gmail.com	Ernawati Mus Pangala, S.E	Perempuan	36-45 tahun	S1	PNS	Kecamatan Tamalanrea Kota Makassar	Satu kali dalam sebulan

31	1/27/2024 9:08:59	nurularsyila970@gmail.com	Nurul Arsyila	Perempuan	17-25 tahun	S1	Pelajar/ Mahasiswa	Kecamatan Tallo Kota Makassar	Satu kali dalam sebulan
32	1/27/2024 9:17:07	ardaniyunus1516@gmail.com	Dani Wahyuni	Perempuan	36-45 tahun	S1	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Mamajang Kota Makassar	Satu kali dalam dua minggu
33	1/27/2024 9:20:22	salsachaca22@gmail.com	Salsabila	Perempuan	17-25 tahun	S1	Pelajar/ Mahasiswa	Kecamatan Rappocini Kota Makassar	Setiap Hari
34	1/27/2024 9:22:17	rimaliandsando940@gmail.com	Rima Lian Sando	Perempuan	30-45 tahun	SMA	Karyawan Swasta	Kecamatan Mamajang Kota Makassar	Satu kali dalam seminggu
35	1/27/2024 9:24:52	arumputrim2095@gmail.com	Arum	Perempuan	20-30 tahun	SMA	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Mamajang Kota Makassar	Satu kali dalam sebulan
36	1/27/2024 9:24:54	Yusufmosoi@gmail.com	Muh. Yusuf	Laki-Laki	36-45 tahun	S1	PNS	Kecamatan Tallo Kota Makassar	Satu kali dalam seminggu
37	1/27/2024 9:25:45	shaid saja4a5@gmail.com	Muhammad Nur Said, S. Pd	Laki-Laki	36-45 tahun	S1	PNS	Kecamatan Tallo Kota Makassar	Satu kali dalam sebulan
38	1/27/2024 9:29:13	ekasetiana39@gmail.com	Eka Setiana Syukur	Perempuan	36-45 tahun	S1	Karyawan Swasta	Kecamatan Rappocini Kota Makassar	Satu kali dalam seminggu
39	1/27/2024 9:31:16	Fathulsyukur@gmail.com	Muhammad Syukur	Laki-Laki	26-36 tahun	SMA	Karyawan Swasta	Kecamatan Panakukang Kota Makassar	Satu kali dalam sebulan
40	1/27/2024 9:32:21	Riatransporindo@gmail.com	Ria	Perempuan	26-36 tahun	Diploma	Karyawan Swasta	Kecamatan Tamalanrea Kota Makassar	Satu kali dalam sebulan
41	1/27/2024 9:35:32	nhanaf492@gmail.com	Harfiana Changgo Mas	Perempuan	26-36 tahun	Diploma	Karyawan Swasta	Kecamatan Tamalate Kota Makassar	Satu kali dalam dua minggu

42	1/27/2024 9:36:20	Ernaabin @gmail.com	Erna	Perempuan	26-36 tahun	Diploma	Karyawan Swasta	Kecamatan Tamalate Kota Makassar	Satu kali dalam sebulan
43	1/27/2024 9:36:34	Ridatransporindo @gmail.com	Ridha	Perempuan	20-30 tahun	Diploma	Karyawan Swasta	Kecamatan Tamalanrea Kota Makassar	Setiap Hari
44	1/27/2024 9:42:50	Andynidwiputri @gmail.com	Andyni Dwi Putri	Perempuan	36-45 tahun	S1	Karyawan Swasta	Kecamatan Mamajang Kota Makassar	Satu kali dalam dua minggu
45	1/27/2024 9:43:17	Rikkyaswaralam syah13 @gmail.com	Rikky Aswar Alamsyah R	Laki-Laki	36-45 tahun	S1	Lainnya	Kecamatan Panakukang Kota Makassar	Setiap Hari
46	1/27/2024 9:43:25	fitrianianwar865 @gmail.com	Fitriani Anwar	Perempuan	36-45 tahun	S1	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Mamajang Kota Makassar	Satu kali dalam sebulan
47	1/27/2024 9:44:00	Andiarivan wirautama @gmail.com	A.Arivan Wirautama	Laki-Laki	26-35 tahun	SMA	Karyawan Swasta	Kecamatan Panakukang Kota Makassar	Satu kali dalam seminggu
48	1/27/2024 9:47:45	sunartikarim82 @gmail.com	Sunarti Karim	Perempuan	36-45 tahun	S1	Karyawan Swasta	Kecamatan Mamajang Kota Makassar	
49	1/27/2024 9:50:50	Nurfaidaprasetia @gmail.com	Nur Faida	Perempuan	26-35 tahun	S1	Karyawan Swasta	Kecamatan Tamalate Kota Makassar	Satu kali dalam sebulan
50	1/27/2024 9:52:56	jum01rahmat @gmail.com	Jum Rahmat Hidayat, S. Pd	Laki-Laki	26-35 tahun	S1	PNS	Kecamatan Mamajang Kota Makassar	Satu kali dalam sebulan
51	1/27/2024 9:57:30	aprianidian789 @gmail.com	Dian Apriani	Perempuan	36-45 tahun	Diploma	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Mamajang Kota Makassar	Satu kali dalam sebulan
52	1/27/2024 10:00:25	Winarsihtran Sporindo @gmail.com	Winarsih Aritonang	Perempuan	26-35 tahun	S1	Lainnya	Kecamatan Tamalate Kota Makassar	Setiap Hari

53	1/27/2024 10:13:33	Hafizalindahiwank@gmail.com	Indah Febriani	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Mamajang Kota Makassar	Setiap Hari
54	1/27/2024 10:28:52	ramlauphy88@gmail.com	Lala	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Mamajang Kota Makassar	Satu kali dalam sebulan
55	1/27/2024 10:51:32	syiffaj38@gmail.com	Aisyah	Perempuan	36-45 tahun	S1	Karyawan Swasta	Kecamatan Mamajang Kota Makassar	Satu kali dalam seminggu
56	1/27/2024 11:38:56	antiamoy79@gmail.com	Harbianti	Perempuan	26-35 tahun	SMA	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Mamajang Kota Makassar	Satu kali dalam seminggu
57	1/27/2024 11:55:55	reskiirwansah85@gmail.com	Muh.Reski Irwansah	Laki-Laki	17-25 tahun	SMA	Pelajar/ Mahasiswa	Kecamatan Tallo Kota Makassar	Satu kali dalam seminggu
58	1/27/2024 12:00:49	yantirahma1990@gmail.com	Rahmayanti	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pelajar/ Mahasiswa	Kecamatan Panakukang Kota Makassar	Setiap Hari
59	1/27/2024 12:33:09	anihad2011@gmail.com	Syamsuryani	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Tamalate Kota Makassar	Satu kali dalam sebulan
60	1/27/2024 12:36:03	ayufra9@gmail.com	Ayu	Perempuan	26-35 tahun	S1	Karyawan Swasta	Kecamatan Panakukang Kota Makassar	Satu kali dalam seminggu
61	1/27/2024 12:50:33	iga817744@gmail.com	Putra	Laki-Laki	17-25 tahun	SMA	Pelajar/ Mahasiswa	Kecamatan Tallo Kota Makassar	Satu kali dalam sebulan
62	1/27/2024 13:10:56	Yulialfaatih@gmail.com	Yuliarsi	Perempuan	30-45 tahun	Diploma	Karyawan Swasta	Kecamatan Mamajang Kota Makassar	Setiap Hari
63	1/27/2024 13:17:37	gebifatimah16@gmail.com	Nurgabby	Perempuan	26-35 tahun	SMA	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Mamajang Kota Makassar	Satu kali dalam sebulan

64	1/27/2024 13:24:26	Assyifahnurazzahra@gmail.com	Indarwati	Perempuan	30-45 tahun	SMA	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Tamalate Kota Makassar	Satu kali dalam seminggu
65	1/27/2024 19:02:31	Ezoppeng@gmail.com	Enal Hasriadi	Laki-Laki	17-25 tahun	SMA	Lainnya	Kecamatan Panakukang Kota Makassar	Satu kali dalam sebulan
66	1/27/2024 19:12:22	ranggaidriss544@gmail.com	Rangga Idris Saputra	Laki-Laki	17-25 tahun	SMA	Pelajar/ Mahasiswa	Kecamatan Tallo Kota Makassar	Satu kali dalam seminggu
67	1/27/2024 19:38:51	zidanalfarisi32@gmail.com	Muhammad Zidan Alfarisi	Laki-Laki	17-25 tahun	S1	Pelajar/ Mahasiswa	Kecamatana Manggala Kota Makassar	Satu kali dalam sebulan
68	1/27/2024 19:45:47	Alamputramaros@gmail.com	M.Nur Alam	Laki-Laki	17-25 tahun	S1	Pelajar/ Mahasiswa	Kecamatan Tallo Kota Makassar	Satu kali dalam sebulan
69	1/27/2024 21:12:13	Salimngenpar@gmail.com	Muhammad Mursalim	Laki-Laki	17-25 tahun	S1	Pelajar/ Mahasiswa	Kecamatan Panakukang Kota Makassar	Satu kali dalam seminggu
70	1/27/2024 21:43:30	ahmhfs100401@gmail.com	Ahmad Hafish	Laki-Laki	17-25 tahun	SMA	Pelajar/ Mahasiswa	Kecamatan Mamajang Kota Makassar	Satu kali dalam sebulan
71	1/29/2024 19:00:55	ainunafni07@gmail.com	Nurafni	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pelajar/ Mahasiswa	Kecamatana Manggala Kota Makassar	Satu kali dalam sebulan
72	1/29/2024 19:15:55	Zhbrinaduwila@gmail.com	Zhabrina Aprilia	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pelajar/ Mahasiswa	Kecamatan Tamalate Kota Makassar	Satu kali dalam sebulan
73	1/30/2024 10:55:45	isravidia04@gmail.com	Nur Isravidia	Perempuan	26-35 tahun	SMA	Karyawan Swasta	Kecamatan Tamalate Kota Makassar	Satu kali dalam dua minggu
74	1/30/2024 19:48:50	unhy107320@gmail.com	Wahyuni Saskia Lestari	Perempuan	17-25 tahun	S1	Pelajar/ Mahasiswa	Kecamatana Manggala Kota Makassar	Satu kali dalam seminggu

75	2/1/2024 20:42:22	Rismanmastang@gmail.com	M. Risman	Laki-Laki	17-25 tahun	SMA	Pelajar/ Mahasiswa	Kecamatan Tamalate Kota Makassar	Satu kali dalam sebulan
76	2/2/2024 10:33:34	angelicaasie67@gmail.com	Angel	Perempuan	26-35 tahun	S1	Karyawan Swasta	Kecamatan Panakukang Kota Makassar	Satu kali dalam seminggu
77	2/2/2024 12:05:26	nurfadhilaharma11@gmail.com	Nur Fadhilah Arma	Perempuan	26-35 tahun	Diploma	Karyawan Swasta	Kecamatana Manggala Kota Makassar	Satu kali dalam sebulan
78	2/3/2024 9:57:04	muhhabibullah2022@gmail.com	Muh. Habibullah Hamzah	Laki-Laki	17-25 tahun	S1	Pelajar/ Mahasiswa	Kecamatan Panakukang Kota Makassar	Satu kali dalam sebulan
79	2/3/2024 10:14:11	dandianp25@gmail.com	Dandi Pranata	Laki-Laki	17-25 tahun	SMA	Pelajar/ Mahasiswa	Kecamatana Manggala Kota Makassar	Satu kali dalam sebulan
80	2/3/2024 12:47:28	Hidayatulfajriasmar1809@gmail.com	Hidayatul Fajri Asmar	Laki-Laki	17-25 tahun	S1	Pelajar/ Mahasiswa	Kecamatan Panakukang Kota Makassar	Satu kali dalam dua minggu
81	2/3/2024 12:54:20	anni.fb28@gmail.com	Anni Fahriani	Perempuan	26-35 tahun	S1	Karyawan Swasta	Kecamatan Panakukang Kota Makassar	Setiap Hari
82	2/3/2024 12:56:35	Masnawiahwiah@gmail.com	Masnawiah	Perempuan	30-45 tahun	S1	Karyawan Swasta	Kecamatan Tamalanrea Kota Makassar	Satu kali dalam sebulan
83	2/3/2024 14:55:02	nurulainilimpo26@gmail.com	Aini	Perempuan	17-25 tahun	S1	Pelajar/ Mahasiswa	Kecamatan Rappocini Kota Makassar	Satu kali dalam seminggu
84	2/3/2024 15:14:06	Nuralfiahrezkiyanti@gmail.com	Alfiah	Perempuan	36-45 tahun	S2	Dosen	Kecamatan Tamalate Kota Makassar	Setiap Hari
85	2/3/2024 15:21:15	Astrianaandita@gmail.com	Astriana	Perempuan	26-35 tahun	SMA	Karyawan Swasta	Kecamatan Panakukang Kota Makassar	Setiap Hari

86	2/3/2024 15:35:35	andirafli395@gmail.com	Rafly	Laki-Laki	17-25 tahun	SMA	Pelajar/ Mahasiswa	Kecamatan Tamalate Kota Makassar	Setiap Hari
87	2/3/2024 16:06:01	doniconi14@gmail.com	Jav	Perempuan	17-25 tahun	S1	Karyawan Swasta	Kecamatan Mamajang Kota Makassar	Setiap Hari
88	2/3/2024 16:28:48	nataliadesw351@gmail.com	Natalia Deswita Putri Kandou	Perempuan	17-25 tahun	SMA	Pelajar/ Mahasiswa	Kecamatan Mamajang Kota Makassar	Satu kali dalam sebulan
89	2/3/2024 16:38:39	ariesapril1504@gmail.com	Fitri Iskandar	Perempuan	26-35 tahun	Diploma	Karyawan Swasta	Kecamatan Tallo Kota Makassar	Satu kali dalam sebulan
90	2/3/2024 17:48:09	intannn998@gmail.com	Intan	Perempuan	26-35 tahun	SMA	Karyawan Swasta	Kecamatan Tamalanrea Kota Makassar	Setiap Hari
91	2/3/2024 20:11:34	issmansur82@gmail.com	Mansur	Laki-Laki	26-35 tahun	SMA	Karyawan Swasta	Kecamatan Tamalate Kota Makassar	Satu kali dalam sebulan
92	2/3/2024 20:49:31	karinaapuspita14@gmail.com	Karina	Perempuan	26-35 tahun	S1	Karyawan Swasta	Kecamatan Panakukang Kota Makassar	Satu kali dalam sebulan
93	2/3/2024 21:03:14	michelle.foanto@gmail.com	Michelle	Perempuan	26-35 tahun	S1	Karyawan Swasta	Kecamatan Panakukang Kota Makassar	Setiap Hari
94	2/3/2024 21:04:19	bryansie29@gmail.com	Bryan	Laki-Laki	26-35 tahun	S1	Karyawan Swasta	Kecamatan Rappocini Kota Makassar	Satu kali dalam seminggu
95	2/3/2024 21:05:59	Feliciaalisady@gmail.com	Felicia	Perempuan	26-35 tahun	S1	Karyawan Swasta	Kecamatan Rappocini Kota Makassar	Satu kali dalam seminggu
96	2/3/2024 21:52:09	wilbertwijaya06@gmail.com	Wilber	Laki-Laki	26-35 tahun	S1	Karyawan Swasta	Kecamatan Tamalate Kota Makassar	Setiap Hari

97	2/3/2024 23:39:18	fransiskaelshia. Hogianto @gmail.com	EI	Perempuan	26-35 tahun	S1	Karyawan Swasta	Kecamatan Panakukang Kota Makassar	Setiap Hari
98	2/6/2024 20:44:18	ryananugrah080 @gmail.com	Ryan Anugrah	Laki-Laki	17-25 tahun	S1	Pelajar/ Mahasiswa	Kecamatan Tamalate Kota Makassar	Setiap Hari
99	2/6/2024 20:46:17	wandicix02 @gmail.com	Ryan Anugrah	Laki-Laki	17-25 tahun	Diploma	Pelajar/ Mahasiswa	Kecamatan Rappocini Kota Makassar	Satu kali dalam sebulan
100	2/6/2024 21:24:56	rharakrmmm16 @gmail.com	Khadar Rachmadani Muis	Perempuan	17-25 tahun	S1	Pelajar/ Mahasiswa	Kecamatan Tamalate Kota Makassar	Satu kali dalam seminggu



Lampiran 6: Hasil Uji Validasi dan Reabilitas

1. Uji Validitas

		Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TotalX1
X1.1	Pearson Correlation	1	.886**	.843**	.803**	.680**	.596**	.906**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.886**	1	.881**	.830**	.714**	.652**	.934**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.843**	.881**	1	.898**	.731**	.687**	.948**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.803**	.830**	.898**	1	.698**	.657**	.920**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.680**	.714**	.731**	.698**	1	.624**	.835**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.596**	.652**	.687**	.657**	.624**	1	.782**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Total X1	Pearson Correlation	.906**	.934**	.948**	.920**	.835**	.782**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TotalX2
X2.1	Pearson Correlation	1	.567**	.577**	.596**	.684**	.819**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.567**	1	.589**	.580**	.696**	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.577**	.589**	1	.675**	.592**	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.596**	.580**	.675**	1	.561**	.829**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.684**	.696**	.592**	.561**	1	.842**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
TotalX2	Pearson Correlation	.819**	.827**	.833**	.829**	.842**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	TotalX3
X3.1	Pearson Correlation	1	.923**	-.053	-.037	.472**
	Sig. (2-tailed)		.000	.600	.711	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.923**	1	-.072	-.037	.463**
	Sig. (2-tailed)	.000		.475	.714	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	-.053	-.072	1	.877**	.820**
	Sig. (2-tailed)	.600	.475		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	-.037	-.037	.877**	1	.833**
	Sig. (2-tailed)	.711	.714	.000		.000
	N	100	100	100	100	100

TotalX3	Pearson Correlation	.472**	.463**	.820**	.833**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	TotalX4
X4.1	Pearson Correlation	1	.721**	.438**	.407**	.419**	.785**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X4.2	Pearson Correlation	.721**	1	.486**	.574**	.416**	.815**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X4.3	Pearson Correlation	.438**	.486**	1	.451**	.747**	.803**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X4.4	Pearson Correlation	.407**	.574**	.451**	1	.493**	.710**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X4.5	Pearson Correlation	.419**	.416**	.747**	.493**	1	.793**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.785**	.815**	.803**	.710**	.793**	1
X4	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	TotalY
Y1.1	Pearson Correlation	1	.924**	.818**	.965**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Y1.2	Pearson Correlation	.924**	1	.844**	.971**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100

Y1.3	Pearson Correlation	.818**	.844**	1	.922**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
totally	Pearson Correlation	.965**	.971**	.922**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Uji Reabilitas

X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.947	6

X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.886	5

X3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.693	4

X4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.836	5

Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.946	3

Lampiran 7: Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Unstandardized Residual	.058	100	.200 [*]	.987	100	.464

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

a. Lilliefors Significance Correction

2. Uji Multikolinearitas

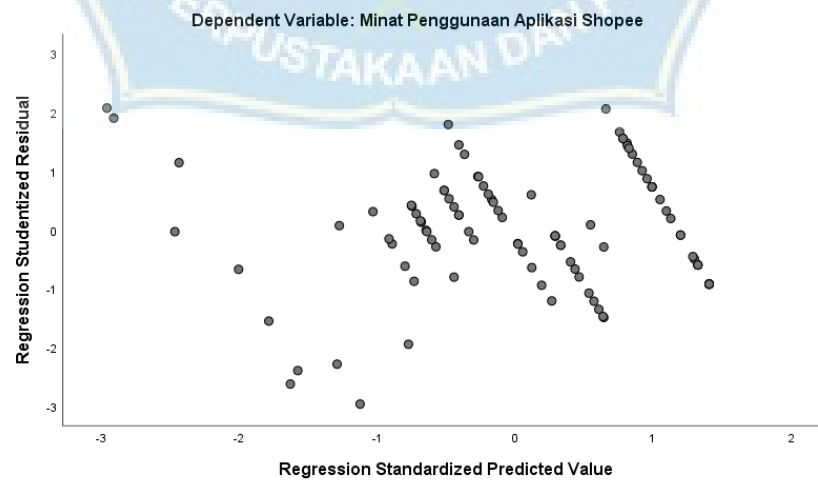
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-8.827	.610		-14.468	.000		
	Perceived Ease of Use	.135	.043	.184	3.145	.002	.183	5.475
	Perceived Usefulness	.432	.065	.409	6.661	.000	.166	6.035
	Attitude Toward Using	.341	.047	.318	7.285	.000	.329	3.043
	Behavioral Intention to Use	.117	.031	.150	3.726	.000	.386	2.592

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan Aplikasi Shopee

3. Scatterplot Uji Homoskedastisitas

Scatterplot



4. Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.222	.373		3.275	.001
	Perceived Ease of Use	.003	.026	.030	.126	.900
	Perceived Usefulness	-.039	.040	-.243	-.977	.331
	Attitude Toward Using	.016	.029	.100	.564	.574
	Behavioral Intention to Use	-.001	.019	-.012	-.072	.943

a. Dependent Variable: absresid

5. Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.970 ^a	.941	.938	.84396	1.893

a. Predictors: (Constant), Behavioral Intention to Use, Perceived Usefulness, Attitude Toward Using, Perceived Ease of Use

b. Dependent Variable: Minat Penggunaan Aplikasi Shopee

Lampiran 8: Hasil Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji Hipotesis

1. Uji Regresi Linear Berganda dan Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-8.827	.610		-14.468	.000
	Perceived Ease of Use	.135	.043	.184	3.145	.002
	Perceived Usefulness	.432	.065	.409	6.661	.000
	Attitude Toward Using	.341	.047	.318	7.285	.000
	Behavioral Intention to Use	.117	.031	.150	3.726	.000

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan Aplikasi Shopee

2. Hasil Uji Determinasi (R2)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.970 ^a	.941	.938	.84396	1.893

a. Predictors: (Constant), Behavioral Intention to Use, Perceived Usefulness, Attitude Toward Using, Perceived Ease of Use

b. Dependent Variable: Minat Penggunaan Aplikasi Shopee

Lampiran 9: Hasil Turnitin



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

Alamat kantor: Jl.Sultan Alauddin NO.259 Makassar 90221 Tlp.(0411) 866972,881593, Fax.(0411) 865588

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:

Nama : A. Ayu Andira

Nim : 105731115620

Program Studi : Akuntansi

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	7 %	10 %
2	Bab 2	6 %	25 %
3	Bab 3	9 %	10 %
4	Bab 4	2 %	10 %
5	Bab 5	0 %	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Makassar, 30 April 2024

Mengetahui,

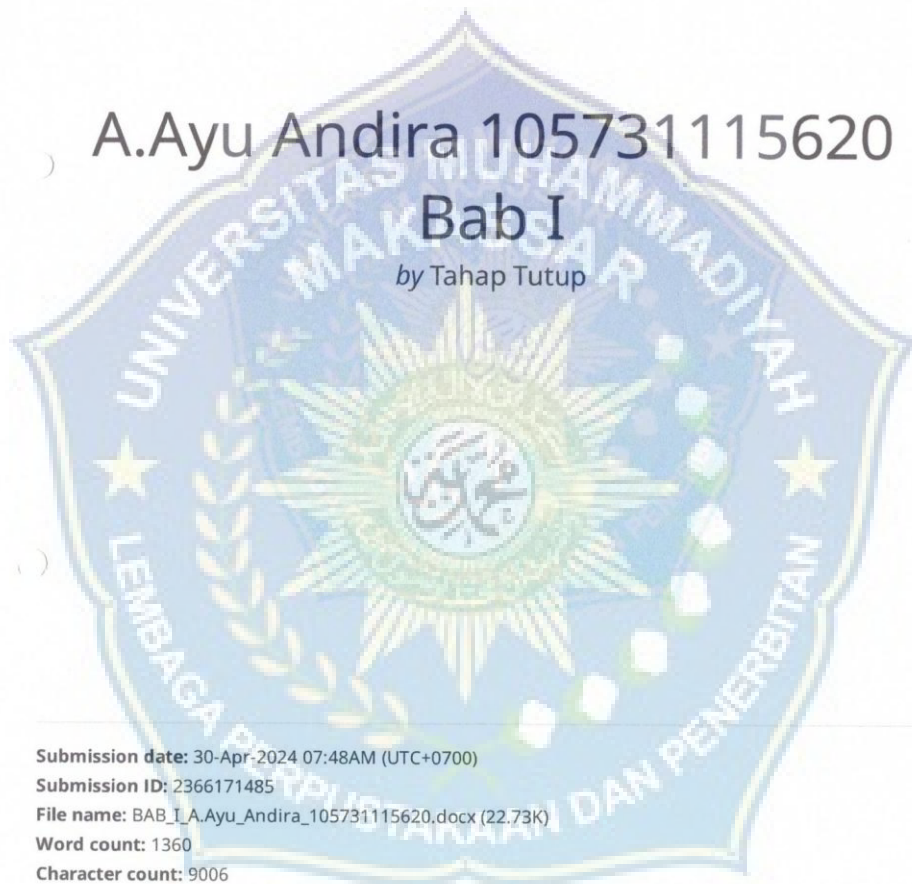
Kepala UPT- Perpustakaan dan Penerbitan,



A.Ayu Andira 105731115620

Bab I

by Tahap Tutup



Submission date: 30-Apr-2024 07:48AM (UTC+0700)

Submission ID: 2366171485

File name: BAB_I_A.Ayu_Andira_105731115620.docx (22.73K)

Word count: 1360

Character count: 9006

A.Ayu Andira 105731115620 Bab I

ORIGINALITY REPORT

7%	7%	0%	5%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES


1	www.cnnindonesia.com Internet Source	5%
2	johannessimatupang.wordpress.com Internet Source	2%

Exclude quotes OffExclude matches < 2%Exclude bibliography Off

A.Ayu Andira 105731115620

Bab II

by Tahap Tutup



Submission date: 30-Apr-2024 07:49AM (UTC+0700)
Submission ID: 2366171860
File name: BAB_II_A.Ayu_Andira_105731115620.docx (156.38K)
Word count: 4350
Character count: 29616

A.Ayu Andira 105731115620 Bab II

ORIGINALITY REPORT

6% SIMILARITY INDEX	6% INTERNET SOURCES	0% PUBLICATIONS	0% STUDENT PAPERS
-------------------------------	-------------------------------	---------------------------	-----------------------------

PRIMARY SOURCES

1	repository.usni.ac.id Internet Source	6%
----------	---	-----------



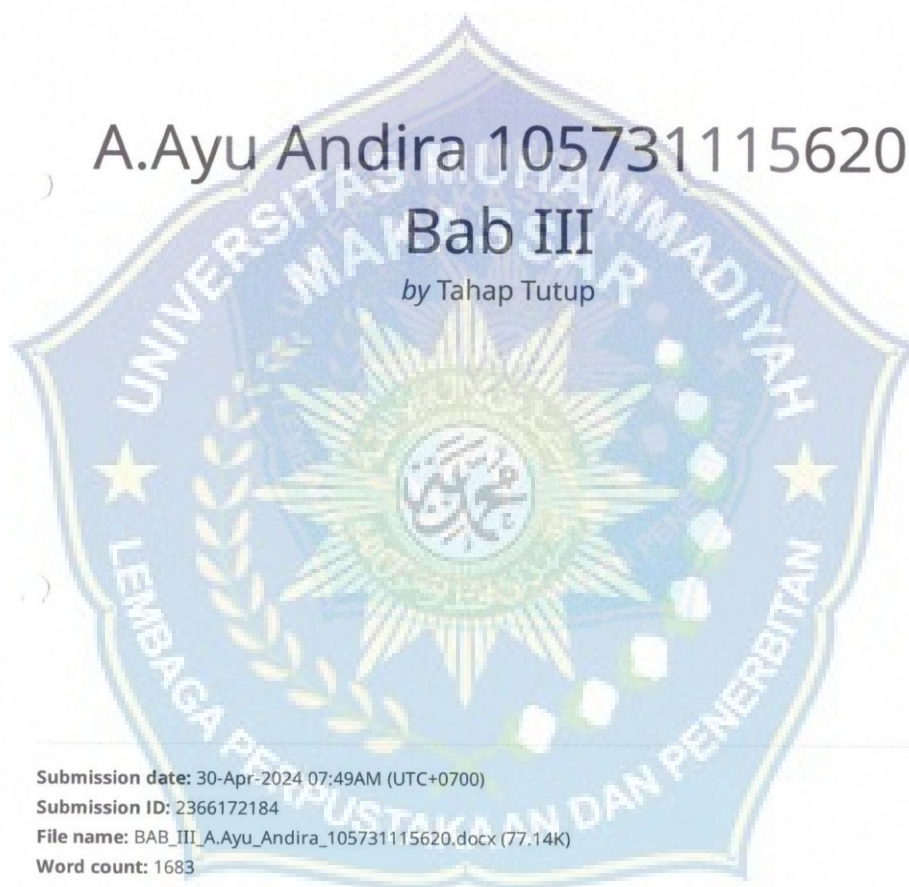
Exclude quotes Exclude matches < 2%
Exclude bibliography



A.Ayu Andira 105731115620

Bab III

by Tahap Tutup



Submission date: 30-Apr-2024 07:49AM (UTC+0700)

Submission ID: 2366172184

File name: BAB_III_A.Ayu_Andira_105731115620.docx (77.14K)

Word count: 1683

Character count: 10838

A.Ayu Andira 105731115620 Bab III

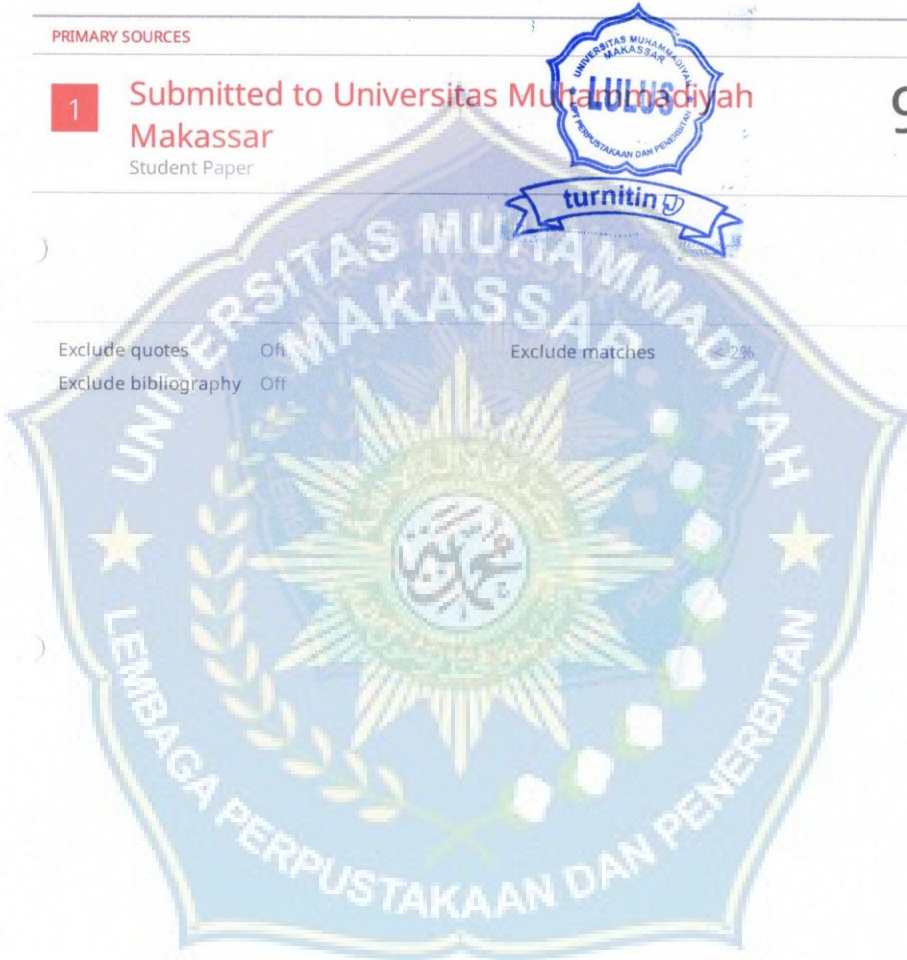
ORIGINALITY REPORT

9%	0%	0%	9%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Muhammadiyah Makassar Student Paper	9%
---	---	----

Exclude quotes Off Exclude matches < 2%
Exclude bibliography Off



A.Ayu Andira 105731115620

Bab IV

by Tahap Tutup



Submission date: 30-Apr-2024 07:50AM (UTC+0700)

Submission ID: 2366172694

File name: BAB_IV_A.Ayu_Andira_105731115620.docx (234,57K)

Word count: 3642

Character count: 23340

A.Ayu Andira 105731115620 Bab IV

ORIGINALITY REPORT

2% SIMILARITY INDEX	2% INTERNET SOURCES	0% PUBLICATIONS	2% STUDENT PAPERS
-------------------------------	-------------------------------	---------------------------	-----------------------------

PRIMARY SOURCES

1	dspace.uii.ac.id Internet Source		2%
----------	--	--	-----------

Exclude quotes Off Exclude matches < 2%
Exclude bibliography Off



A.Ayu Andira 105731115620

Bab V

by Tahap Tutup



Submission date: 30-Apr-2024 07:50AM (UTC+0700)

Submission ID: 2366173302

File name: BAB_V_A.Ayu_Andira_105731115620.docx (19.41K)

Word count: 482

Character count: 3213

A.Ayu Andira 105731115620 Bab V

ORIGINALITY REPORT

0%

SIMILARITY INDEX

0%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES



Exclude quotes Off

Exclude bibliography Off

Exclude matches Off



Lampiran 10: Hasil Validasi Data



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PUSAT VALIDASI DATA

Jl. Sultan Alauddin 259 Makassar, Gedung Iqra It. 8 | e-mail: pvd.feb@unismuh.ac.id

LEMBAR KONTROL VALIDASI
PENELITIAN KUANTITATIF

NAMA MAHASISWA	A.AYU ANDIRA			
NIM	105731115620			
PROGRAM STUDI	AKUNTANSI			
JUDUL SKRIPSI	ANALISIS PENERIMAAN PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS E-COMMERCE PADA APLIKASI SHOOPPE DENGAN PENDEKATAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)			
NAMA PEMBIMBING 1	Syamsuddin, S.Pd., M.Ak			
NAMA PEMBIMBING 2	Asriani Hasan, SE., M.Sc			
NAMA VALIDATOR	Sri Andayaningsih, SE., M.M			
No	Dokumen	Tanggal Revisi	Uraian Perbaikan/saran	Paraf
1	Instrumen Pengumpulan data (data primer)	22/04/24	Lengkap	
2	Sumber data (data sekunder)			
3	Raw data/Tabulasi data (data primer)	22/04/24	Lengkap	
4	Hasil Statistik deskriptif	22/04/24	Lengkap	
5	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	22/04/24	Lengkap	
6	Hasil Uji Asumsi Statistik	22/04/24	Lengkap	
7	Hasil Analisis Data/Uji Hipotesis	22/04/24	Lengkap	
8	Hasil interpretasi data	22/04/24	Lengkap	
9	Dokumentasi	22/04/24	Lengkap	

**Harap validator memberi paraf ketika koreksi telah disetujui*

Lampiran 11 : Hasil Validasi Abstrak



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PUSAT VALIDASI DATA

Jl. Sultan Alauddin 259 Makassar, Gedung Iqra Lt. 8 | e-mail: pvd.feb@unismuh.ac.id

**LEMBAR KONTROL VALIDASI
ABSTRAK**

NAMA MAHASISWA		A. AYU ANDIRA		
NIM		105731115620		
PROGRAM STUDI		Akuntansi		
JUDUL SKRIPSI		Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Minat Penggunaan Aplikasi <i>Shopee</i> Dengan Pendekatan <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>		
NAMA PEMBIMBING 1		: Dr. Syamsuddin, S.Pd., M.Ak		
NAMA PEMBIMBING 2		: Asriani Hasan, S.E., M.Sc.		
NAMA VALIDATOR		: Aulia, S.IP., M.Si.M		
No	Dokumen	Tanggal Revisi/Acc	Uraian Perbaikan/saran	Paraf*
1	Abstrak	19/5-2024	Carakan dasar	

*Harap validator memberi paraf ketika koreksi telah disetujui

BIOGRAFI PENULIS



A. Ayu Andira, panggilan Ayu. Lahir di Sinjai Kecamatan Tellulimpoe Kabupaten Sinjai pada tanggal 18 Februari 2002 dari pasangan suami istri Bapak Andi Umar dan Ibu Hasni. Peneliti adalah anak pertama dari 2 bersaudara. Peneliti sekarang bertempat tinggal di Griya Kenari Samata. Pendidikan yang ditempuh oleh peneliti yaitu SD Negeri 96 Mannanti lulus pada tahun 2014, SMPN 5 Sinjai Selatan lulus pada tahun 2017, SMAN 9 Sinjai lulus pada tahun 2020, dan mulai tahun 2020 mengikuti Program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Akuntansi Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar sampai dengan sekarang. Sampai dengan penulisan skripsi ini peneliti masih terdaftar sebagai mahasiswa Program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Makassar. Pada Tahun 2024 Penulis berhasil menyelesaikan penulisan dan penyusunan Skripsi dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Minat Penggunaan Aplikasi Shopee Dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)*”