



Tersedia Online : <http://e-journals.unmul.ac.id/>

ADOPSI TEKNOLOGI DAN SISTEM INFORMASI (ATASI)

Alamat Jurnal : <http://e-journals2.unmul.ac.id/index.php/atasi/index>



## Analisis Penerimaan Penggunaan Aplikasi E-Commerce Shopee Menggunakan Pendekatan *Theory of Planned Behavior (TPB)* pada Masyarakat Kalimantan Timur

Fernando Nikolas R <sup>1)</sup>, Alecia Maharani Ektya Antara <sup>2)</sup>, Awaliah Dwi Nur Fitriani <sup>3)</sup>, I Gede Darmayana <sup>4)</sup>, Agnestia <sup>5)</sup>, Jharmianto Kurnia Pasangkin <sup>6)</sup>, Islamiyah <sup>7,\*)</sup>

Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik, Universitas Mulawarman.

E-Mail : nikolasfernando2001@gmail.com<sup>1)</sup>; alecia.maharani@gmail.com<sup>2)</sup>; awaliyahdwinurf@gmail.com<sup>3)</sup>; gddarmayan@gmail.com<sup>4)</sup>; agnestia930@gmail.com<sup>5)</sup>; krn.pasangkin@gmail.com<sup>6)</sup>; islamiyahunmul@gmail.com<sup>7,\*)</sup>;

### ARTICLE INFO

#### Article history:

Received : 29 September 2022

Revised : 12 Oktober 2022

Accepted : 02 November 2022

Available online :

25 November 2022

#### Keywords:

Shopee

E-Commerce

TPB

Kalimantan Timur

### ABSTRACT

Shopee is an e-commerce platform with the most users in Indonesia by 2021. These users also include those from East Kalimantan Province. As a province that will be the location of the new capital. East Kalimantan has high potential for the development of E-Commerce. However, measurements are needed to find out how much acceptance rate of e-commerce applications, especially Shopee, is for the people of East Kalimantan. So a research was conducted using the TPB model to determine the level of acceptance of the use of Shopee e-commerce usage. This research was conducted by distributing questionnaires with Likert scale of five and distributing them to 228 respondents for data collection to be analyzed, and hypothesis tested. The data collected then analyzed using the SMART PLS 3.2.9 application. Structural Equation Modeling. The results showed that four of the five hypotheses were accepted and supported the correlation between Behavioral Intention to Behavior, indicating a close relationship and support for the TPB model with the research conducted.

### ABSTRAK

Shopee merupakan e-commerce dengan pengguna terbanyak di Indonesia pada tahun 2021. Pengguna tersebut juga meliputi dari Provinsi Kalimantan Timur. Sebagai Provinsi yang akan menjadi lokasi ibukota baru, Kalimantan Timur memiliki potensi tinggi untuk perkembangan E-Commerce. Namun, diperlukan pengukuran untuk mengetahui seberapa besar penerimaan aplikasi e-commerce, khususnya Shopee pada masyarakat Kalimantan Timur. Maka dilakukanlah penelitian dengan menggunakan model TPB untuk mengetahui tingkat penerimaan penggunaan e-commerce Shopee. Penelitian ini dilakukan dengan menyebar kuesioner dengan skala likert lima kepada 228 responden untuk pengumpulan data yang akan dianalisis, dan dilakukan pengujian hipotesis. Data yang dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan aplikasi SMART PLS 3.2.9 Structural Equation Modeling. Hasil penelitian menghasilkan, empat dari lima hipotesis diterima dan mendukung korelasi antara Behavioral Intention terhadap Behavior, menandakan adanya keterkaitan erat serta dukungan terhadap model TPB pada penelitian yang dilakukan.

#### Kata Kunci :

Shopee

E-Commerce

TPB

Kalimantan Timur

#### APA style in citing this article:

R, F. N., Antara, A. M. E.,

Fitriani, A. D. N.,

Darmayana, I. G., Agnestia,

Pasangkin, J. K., &

Islamiyah. (2023). Analisis

Penerimaan Penggunaan

Aplikasi E-Commerce

Shopee Menggunakan

Pendekatan Theory of

Planned Behavior (TPB)

pada Masyarakat Kalimantan

Timur. *Adopsi Teknologi*

*Dan Sistem Informasi*

*(ATASI)*, 1(2), 115-121.

<https://doi.org/10.30872/atasi.v1i2.409>

.v1i2.409

2022 Adopsi Teknologi dan Sistem Informasi (ATASI) with CC BY NC SA license.

### 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan globalisasi telah menyebabkan perubahan pada budaya ekonomi masyarakat Indonesia. Era modern seperti sekarang ini, elektronik media informatika atau internet telah menjadi salah satu media yang digunakan oleh masyarakat dalam melakukan komunikasi dan bisnis. Perkembangan bisnis di dunia

\*) Correspondenting Author

<https://doi.org/10.30872/atasi.v1i2.409>

2022 Adopsi Teknologi dan Sistem Informasi (ATASI) with CC BY SA license.

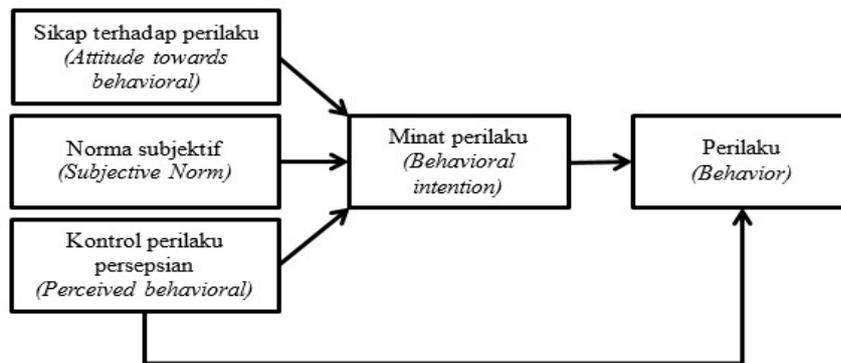
maya kini mulai banyak diminati oleh masyarakat dalam bentuk Transaksi Online Shop atau e-commerce. Transaksi e-commerce adalah transaksi jual beli (bisnis) menggunakan internet, perkembangan teknologi seperti smartphone menjadi salah satu faktor pendukung dalam perkembangan bisnis online. Pemanfaatan teknologi informasi memiliki potensi besar dalam meningkatkan pendapatan masyarakat dan juga bagi sebuah perusahaan. Perkembangan transaksi jual beli online tentu tidak lepas dari peningkatan pengguna internet di Indonesia. Perusahaan besar yang sedang menggunakan system E-commerce di Indonesia saat ini salah satunya ialah Shopee.

E-commerce sudah menjadi andalan banyak kalangan masyarakat Indonesia. Hadirnya e-commerce di masyarakat tak dipungkiri membawa banyak perubahan pada gaya hidup sebagian besar masyarakat. Mulai dari kebutuhan tersier yang sebatas untuk kesenangan pribadi, dan kebutuhan sekunder sebagai pelengkap kebutuhan dan kebutuhan primer seperti sandang dan pangan, kini semuanya dapat dibeli melalui e-commerce. Maka untuk lebih jauh menilai tingkat penerimaan aplikasi e-commerce, Penelitian ini mengacu pada Analisis *Theory of Planned Behavior* dalam Tingkat Adopsi Teknologi E-Commerce Shopee di Kalimantan Timur untuk mengetahui niat pengguna aplikasi Shopee agar bisa menerapkan sistem ecommerce maka diperlukan sebuah metode yaitu *Theory of Planned Behavior*. Dalam metode tersebut ditunjukkan bahwa secara konseptual niat berperilaku dapat dipengaruhi oleh pendirian kepada perilaku, social factor, dan tingkat kendali pelaku yang dirasakan.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### A. *Theory of Planned Behavior* (TPB)

TPB diperkenalkan oleh Ajzen (1905) dan merupakan perluasan dari teori tindakan beralasan (TRA) (I. Ajzen & Fishbein, 1975). *Theory of Planned Behavior* dapat digunakan untuk memprediksi apakah seseorang akan melakukan suatu perilaku atau tidak. *Theory of Planned Behavior* ini menggunakan tiga konstruk sebagai anteseden diantaranya yakni, intensi, yaitu sikap kita terhadap suatu perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku yakni, mengenai kemampuan mengontrol segala sesuatu yang dapat mempengaruhi sikap apabila hendak melakukan suatu perilaku. komponen TPB dapat dikaitkan dengan hambatan perilaku. Apabila individu tidak ingin berperilaku dengan cara tertentu, sering kali disebabkan oleh sikap negatif individu tersebut terhadap perilaku tersebut dengan sikap berhubungan karena kemauan individu. Hambatan kecil dapat dianggap sebagai hasil dari norma subjektif, norma subjektif berkaitan dengan keinginan sosial dari perilaku.



Gambar 1. Model *Theory of Planned Behavior*

Ajzen (2005) mengemukakan bahwa sikap terhadap perilaku ini ditentukan oleh keyakinan yang diperoleh mengenai konsekuensi dari suatu perilaku atau disebut juga behavioral beliefs. Belief berkaitan dengan penilaian-penilaian subjektif seseorang terhadap dunia sekitarnya, pemahaman mengenai diri dan lingkungannya. Keyakinan ini dapat memperkuat sikap terhadap perilaku berdasarkan evaluasi dari data yang diperoleh bahwa perilaku itu dapat memberikan keuntungan bagi pelakunya. Teori tindakan beralasan dan teori perilaku direncanakan memiliki beberapa keterbatasan dalam memprediksi perilaku, (Werner, 2004). Keterbatasan pertama adalah bahwa faktor keinginan tidak terbatas pada sikap, norma subyektif, dan persepsi pengendalian perilaku, (Icek Ajzen, 1991).

### B. E-commerce

E-commerce adalah singkatan dari dua kata, yakni electronic dan commerce. Bila diartikan secara harfiah, artinya adalah perdagangan elektronik. Maksudnya, segala bentuk perdagangan meliputi proses pemasaran barang sampai dengan distribusi yang dilakukan melalui jaringan elektronik atau online. Secara sederhana, e-commerce adalah bentuk perdagangan yang dilakukan secara online dengan memanfaatkan internet. E-commerce bisa dilakukan melalui komputer, laptop, sampai smartphone.

### C. Strukturan Equation Modeling

*Structural Equation Modeling* (SEM) adalah persamaan permodelan yang memungkinkan peneliti untuk bersamaan memeriksa rangkaian variabel yang saling terkait ketergantungan antara satu rangkaian model yang

terhubung oleh beberapa variabel. Kemampuan SEM yang secara bersamaan dapat menguji hubungan variabel yang dimasukkan ke dalam sebuah model yang terintegrasi memberikan kontribusi pada banyak penelitian. Dalam penelitian pemanfaatan SEM digunakan di berbagai disiplin ilmu seperti manajemen strategis, pemasaran dan psikologi (Astrachan, Patel, & Wanzenried, 2014). Secara statistik, SEM merupakan versi lanjutan dari prosedur permodelan linear umum (seperti analisis regresi berganda) dan digunakan untuk menilai apakah model hipotesis yang dibuat konsisten dengan data yang dikumpulkan untuk menggambarkan teori yang ada (Lei dan Wu, 2007, p.34) di kutip dari Astrachan, dkk., (2014).

### 3. METODE PENELITIAN

Secara umum, tahapan urutan metodologi penelitian yang dilakukan seperti ditunjukkan pada Gambar di bawah ini :

#### A. Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data dilakukan melalui angket atau kuesioner. Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi serangkaian pertanyaan-pertanyaan yang ditujukan kepada responden untuk dijawab. Metode ini merupakan salah satu metode yang efisien karena peneliti telah mengetahui variabel-variabel apa yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden. Adapun jenis kuesioner yang digunakan yaitu, kuesioner tertutup, dimana peneliti telah memberikan pilihan jawaban kepada responden, yang pada penelitian ini menggunakan penilaian skala likert. Kuesioner tersebut dibagikan dalam bentuk Google Form yang disebar secara online melalui grup Whatsapp, LINE, dan Telegram.

#### B. Penarikan Sampel

Adapun jumlah atau ukuran sampel pada penelitian ini diukur menggunakan rumus Slovin (Sevilla et. al., 1960:182), yang dijelaskan sebagai berikut:

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

dimana :

n = Jumlah Sampel  
N = Jumlah Populasi  
e = Batas toleransi kesalahan (error tolerance)

Berdasarkan rumus di atas dan menerapkan batas toleransi kesalahan sebesar 7% maka diperoleh ukuran sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{3.770.000}{1 + 3.770.000(0.07)^2}$$
$$n = 204,07$$

Berdasarkan perhitungan tersebut apabila dibulatkan ke atas maka akan mendapat hasil 205. Maka penulis menetapkan untuk menggunakan 205 sampel responden pada penelitian ini.

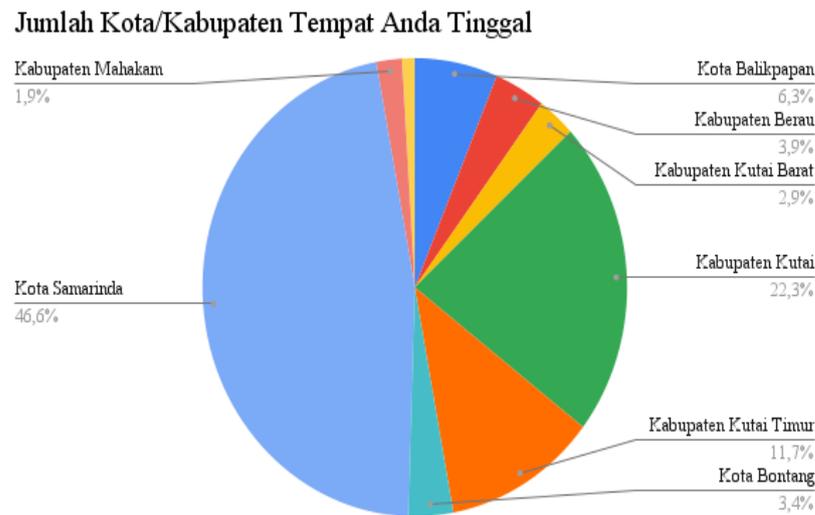
#### C. Hipotesis

Berdasarkan model konseptual penelitian ini maka dapat disusun beberapa hipotesis pada penelitian ini sebagai berikut :

1. **“Hipotesis 1 (H1) :** Pengaruh Kepribadian (ATT) Memiliki Hubungan Positif dengan Intensi Perilaku (Behavioral Intention) Dalam Menggunakan Aplikasi E-Commerce Shopee Di Kalimantan Timur”.
2. **“Hipotesis 2 (H2) :** Persepsi Kontrol Perilaku (Perceived Control Behavior) Memiliki Hubungan Positif dengan Intensi Perilaku (Behavioral Intention) Dalam Menggunakan Aplikasi E-Commerce Shopee Di Kalimantan Timur”.
3. **“Hipotesis 3 (H3) :** Pengaruh Norma Subjektif (Subjective Norm) Memiliki Hubungan Positif dengan Intensi Perilaku(Behavioral Intention) Dalam Menggunakan Aplikasi E-Commerce Shopee Di Kalimantan Timur”.
4. **“Hipotesis 4 (H4) :** Intensi Perilaku(Behavioral Intention) Memiliki Hubungan Positif dengan Perilaku (Behavior) Dalam Menggunakan Aplikasi E-Commerce Shopee Di Kalimantan Timur”.
5. **“Hipotesis 5 (H5) :** Persepsi Kontrol Perilaku (Perceived Control Behavior)Intensi Memiliki Hubungan Positif dengan Perilaku (Behavioral) Dalam Menggunakan Aplikasi E-Commerce Shopee Di Kalimantan Timur”.

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Objek pada penelitian ini adalah pengguna Shopee yang berdomisili di kalimantan timur. Total sampel yang diperoleh sebanyak 207 responden. Adapun distribusi demografi responden adalah sebagai berikut.



Gambar 2. Distribusi domisili responden

Berdasarkan Gambar 2 pada domisili responden yang didapatkan pada penelitian ini sebesar 46.6% berasal dari Kota Samarinda dengan jumlah 96 responden, Sebesar 22.3% berasal dari Kutai Kartanegara dengan jumlah 46 responden, Sebesar 11.7% berasal dari Kutai Timur dengan jumlah 24 responden, sebesar 6.3% berasal dari Kota Balikpapan dengan jumlah 13 responden, sebesar 3.4% berasal dari Kota Bontang dengan jumlah 7 responden, sebesar 3.9% berasal dari Kabupaten Berau dengan jumlah 8 responden, sebesar 2.9% berasal dari Kabupaten Kutai Barat dengan jumlah 6 responden, dan sebesar 1.9% berasal dari Mahakam Hulu dengan jumlah 4 responden. Setiap komponen indikator kemudian diukur dengan menggunakan algoritma PLS dengan ketentuan outer loading minimum 0.7. Terdapat beberapa indikator yang harus dieliminasi hingga indikator yang tersisa adalah sebagai berikut.

Tabel 1. Nilai *Outer Loading*

Indikator	Outer Loading		
	Iterasi 1	Iterasi 2	Iterasi 3
ATT.2	0.588	0.477	0.749
ATT.3	0.588	0.691	-
BV.2	1.000	-	-
I.2	0.372	0.361	-
I.3	0.372	0.388	-
I.4	0.372	0.366	-
PBC.1	1.000	-	-
SN.1.	1.000	-	-

Berdasarkan pada Tabel 4.2. dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha (CA)* dari masing-masing variabel lebih besar dari 0.7 sehingga dapat dikatakan memiliki tingkat reliabilitas yang baik. Hasil ini sesuai dengan pembahasan pada Sub bab 4.8. bahwa nilai *Cronbach's Alpha* adalah ukuran yang digunakan untuk mengetahui seberapa baik suatu set indikator yang digunakan untuk mengukur suatu variabel laten atau dimensi. Menurut (Litwin, 1995) mengemukakan bahwa nilai *cronbach's alpha* harus lebih besar dari 0.7. Jika nilai *cronbach's alpha* diantara 0.6 – 0.7 maka tingkat konsistensi masih dapat diterima (Jogiyanto, 2017). Sedangkan pada karakteristik tugas didapatkan nilai CA < 0.6, Menurut (Bagozzi & Yi, 1988) jangan penggunaan CA namun penggunaan *Composite Reliability (CR)* untuk menilai *internal consistency reliability*.

Tabel 2 Nilai Model Pengukuran (*Outer Model*)

Variabel	Nilai AVE, Composite Reliability (CR), R2, dan Cronbach's Alpha			
	AVE	CR	R square	CA
Attitude	0.717	0.835	0.674	0.617
Subjective Norm	1.000	1.000	1.000	1.000
Perceive Behavioral Control	1.000	1.000	1.000	1.000
Behavioral Intention	0.805	0.925	0.880	0.879
Behavioral	1.000	1.000	1.000	1.000

Berdasarkan pada Tabel 2. dapat dilihat bahwa nilai *Composite Reliability (CR)* dari masing-masing variabel lebih besar dari 0.7 sehingga dapat dikatakan cukup atau dapat diterima. Namun, interpretasi skor Composite Reliability dan Cronbach's Alpha adalah sama. (Chin & Newsted, 1998; Hair Jr. et al., 2017) di kutip dari (Rahman

et al., 2013) menyarankan 0.7 sebagai patokan cukup atau dapat diterima, sedangkan lebih besar dari 0.8 dan 0.9 artinya sangat memuaskan (Nunnally, J.C. and Bernstein, 1994).

Berdasarkan pada Tabel 2 nilai *Average Variance Extracted* (AVE) dari masing-masing variabel lebih besar dari 0.5. Nilai *Average Variance Extracted* (AVE) adalah ukuran digunakan untuk menilai konsistensi internal dari konstruk dengan mengukur jumlah varian yang variabel laten tangkap dari indikator pengukuran relatif terhadap jumlah varians (Fornell dan Larcker, 1981). Hal tersebut menandakan bahwa variabel laten dalam model keseluruhan generasi telah dapat menjelaskan rata-rata paling tidak lebih besar 50 % pada varian dari indikator-indikatornya..

Nilai t-statistik (*critical ratio*) dari arah hubungan didapatkan berdasarkan hasil bootstrapping (resampling method) dari proses PLS menggunakan aplikasi SmartPLS versi 3.2. Lebih jelasnya hasil dari proses bootstrapping untuk pengujian data keseluruhan dapat dilihat pada Tabel 3 berikut ini. Nilai R2 digunakan untuk menunjukkan persentase varian konstruk dalam model atau seberapa besar kemampuan semua variabel independen dalam menjelaskan varian dari variabel dependen. Menurut (Chin, 1998) kriteria batasan nilai R2 dapat ditentukan berdasarkan tiga tingkatan yaitu 0.67 (substansial), 0.33 (Moderat), dan 0.19 (Lemah). Berdasarkan hasil pada Tabel 3 didapatkan nilai R2 dari variabel Sikap (ATT) adalah 0.674 (Moderat), variabel norma subjektif (SN) adalah 1.00 (Substansial), variabel kontrol perilaku (PBC) adalah 1.00 (Substansial), variabel Intensi Perilaku (BI) adalah 1.00 (Substansial), dan variabel perilaku (BV) adalah 1.00 (Substansial).

Setelah dilakukan analisis model pengukuran (*Outer model*) maka tahap selanjutnya adalah analisis model struktural (*Inner Model*). Evaluasi model struktural dilakukan untuk menunjukkan kekuatan hubungan antar variabel. Analisis terhadap model struktural merupakan analisis terhadap pola hubungan antar variabel yang merupakan analisis hipotesis dari penelitian ini. Hipotesis penelitian dapat diterima jika hubungan variabel berkorelasi positif dan berpengaruh signifikan berdasarkan hasil uji koefisiensi jalur (*path coefficient*) dan t-test. Analisis hasil dari model struktural dapat dilihat pada Tabel 3 hasil uji koefisiensi jalur dan hipotesis penelitian dan Tabel 4.4 rangkuman analisis model struktural (*Inner Model*) dalam model keseluruhan generasi.

Tabel 3. Hasil Uji Koefisiensi Jalur dan Hipotesis Penelitian

Hipotesis	Path Coefficient	Original Sample (O)	Standard Error (STERR)	T Statistics	P Values	Kesimpulan
H1	ATT -> BI	0,219	0,066	3,309***	0,001	Diterima
H2	PBC -> BI	0,131	0,075	1,755*	0,080	Ditolak
H3	SN -> BI	0,365	0,068	5,336***	0,000	Diterima
H4	BI -> BV	0,483	0,054	8,883***	0,000	Diterima
H5	PBC -> BV	0,224	0,063	3,536***	0,000	Diterima

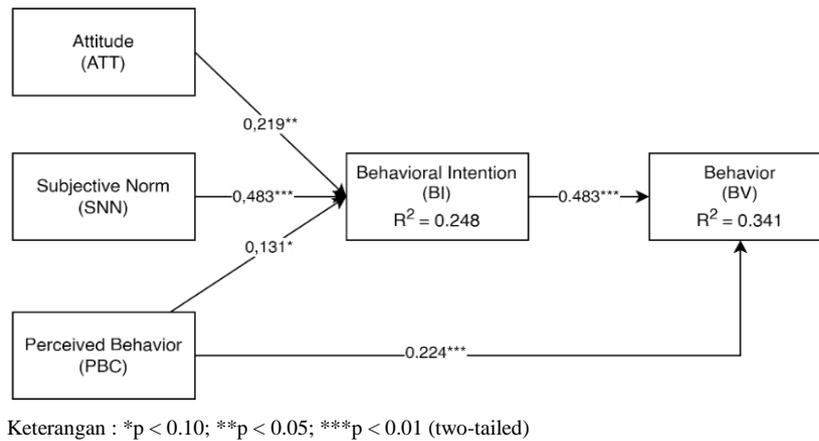
Keterangan : \*p < 0.10; \*\*p < 0.05; \*\*\*p < 0.01 (*two-tailed*)

Berdasarkan pada Tabel 4 menunjukkan bahwa hubungan antara ATT dengan BI berpengaruh signifikan dengan nilai t-statistik sebesar 3,309 > 1,96. Nilai original sampel adalah 0.219 yang menunjukkan bahwa arah hubungan antara ATT dengan BI adalah positif. Hal ini diperkuat dengan nilai p-value dari arah hubungan ini adalah 0.001 < 0.01. Sehingga berdasarkan hasil analisis tersebut untuk hipotesis 1 (H1) dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “pengaruh kepribadian (attitude) memiliki hubungan positif terhadap intensi perilaku (behavioral intention) dalam menggunakan aplikasi E-Commerce Shopee di Kalimantan Timur” diterima.

Berdasarkan pada Tabel 4 menunjukkan bahwa hubungan antara SN dengan BI berpengaruh signifikan dengan nilai t-statistik sebesar 5.693 > 1,96. Nilai original sampel adalah 0.365 yang menunjukkan bahwa arah hubungan antara SN dengan BI adalah positif. Hal ini diperkuat dengan nilai p-value dari arah hubungan ini adalah 0.000 < 0.01. Sehingga berdasarkan hasil analisis tersebut untuk hipotesis 3 (H3) dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “pengaruh norma subjektif (subjective norm) memiliki hubungan positif terhadap intensi perilaku (behavioral intention) dalam menggunakan aplikasi E-Commerce Shopee di Kalimantan Timur” diterima.

Berdasarkan pada Tabel 4 menunjukkan bahwa hubungan antara BI dengan BV berpengaruh signifikan dengan nilai t-statistik sebesar 8,412 > 1,96. Nilai original sampel adalah 0.483 yang menunjukkan bahwa arah hubungan antara BI dengan BV adalah positif. Hal ini diperkuat dengan nilai p-value dari arah hubungan ini adalah 0.000 < 0.001. Sehingga berdasarkan hasil analisis tersebut untuk hipotesis 4 (H4) dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “pengaruh norma intensi perilaku (behavioral intention) memiliki hubungan positif terhadap perilaku (behavior) dalam menggunakan aplikasi E-Commerce Shopee di Kalimantan Timur” diterima.

Berdasarkan pada Tabel 4 menunjukkan bahwa hubungan antara PBC dengan BV berpengaruh signifikan dengan nilai t-statistik sebesar 3,669 > 1,96. Nilai original sampel adalah 0.224 yang menunjukkan bahwa arah hubungan antara PBC dengan BV adalah positif. Hal ini diperkuat dengan nilai p-value dari arah hubungan ini adalah 0.000 < 0.01. Sehingga berdasarkan hasil analisis tersebut untuk hipotesis 5 (H4) dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “pengaruh norma kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) memiliki hubungan positif terhadap perilaku (*behavior*) dalam menggunakan aplikasi E-Commerce Shopee di Kalimantan Timur” diterima.



Gambar 3. Model Struktural TPB adopsi Shopee pada masyarakat Kalimantan Timur

Hasil penelitian pada model TPB adopsi Shopee pada masyarakat Kalimantan Timur menjelaskan bahwa Intensi perilaku berpengaruh sangat signifikan terhadap perilaku penerimaan adopsi teknologi aplikasi E-Commerce Shopee. Diduga, penyebab dari hal ini adalah disebabkan oleh semakin meningkatnya keinginan untuk menggunakan teknologi adopsi Shopee mengakibatkan semakin tinggi perilaku dalam penerimaan pengguna terhadap adopsi E-Commerce Shopee. Secara umum, kemana. Berdasarkan nilai R<sup>2</sup> kesesuaian perilaku terencana yang dijelaskan oleh Intensi perilaku (Behavioral Intention) sebesar 24,8 % (lemah). Sebaliknya, untuk tingkat kesesuaian yang dijelaskan oleh perilaku (Behavior) memiliki R<sup>2</sup> memiliki 34.1% (moderat) Hal ini didukung dengan nilai F<sup>2</sup> (effect Size) sebesar 0,329 pada BI ke BV yang menandakan bahwa Intensi perilaku (*Behavior Intention*) memiliki pengaruh yang besar terhadap perilaku penerimaan (behavior). Untuk nilai Q<sup>2</sup> dari kesesuaian teknologi terhadap tugas sebesar 0.309 untuk prediksi relevan memiliki nilai > 0 artinya pengaruh intensi perilaku terhadap perilaku mampu memprediksi dengan baik penerimaan perilaku adopsi teknologi terhadap aplikasi Shopee di Kalimantan Timur. Aspek keinginan untuk menggunakan Shopee untuk masyarakat di Kalimantan Timur berpengaruh besar terhadap perilaku penerimaan teknologi tersebut dimana keinginan untuk menggunakan aplikasi Shopee dalam jangka waktu dekat akan berpengaruh terhadap penerimaan aplikasi tersebut dalam kebiasaan sehari-hari khususnya di Kalimantan Timur.

Penelitian ini juga terdapat hipotesis yang ditolak yaitu hipotesis 2 (H<sub>2</sub>) yang menyatakan bahwa “Pengaruh Persepsi Kontrol Perilaku (PBC) Memiliki Hubungan Positif dengan Intensi Perilaku (Behavioral Intention) Dalam Menggunakan Aplikasi E-Commerce Shopee Di Kalimantan Timur”. Hipotesis tersebut ditolak karena memiliki t-statistik 1,755 < t-table (1.92) serta nilai p 0,080. F<sup>2</sup> yang kurang mendukung yaitu 0.020 yang berarti PBC kurang signifikan agar BI terjadi. Pernyataan ini juga didukung dengan adanya penelitian dengan dengan model dan hasil yang serupa yang pernah di adakan sebelumnya kepada masyarakat Johor Baru, Malaysia terhadap penggunaan aplikasi E-Commerce Shopee. Menurut (Ru et al., 2021), tidak adanya relasi yang signifikan antara kontrol perilaku (PBC) dengan Intensi Perilaku (BI) disebabkan karena keinginan untuk membeli dengan menggunakan aplikasi Shopee (intensi) tidak berarti bahwa pengguna tersebut akan menggunakan atau membeli barang tersebut. Hal tersebut bisa saja hanya sebatas pengguna yang ingin mencari atau mendapatkan informasi baru dan akan membelinya pada toko fisik. Hal tersebut sesuai juga dengan pernyataan (Cheng & Yee, 2014) bahwa kemudahan dalam penggunaan suatu aplikasi terkadang hanya menarik perhatian konsumen mencari informasi yang mereka inginkan dan mengetahui lebih dalam lagi mengenai hal tersebut. Oleh karena itu, pada penelitian ini dapat dilihat juga bahwa kontrol perilaku pengguna khususnya di Kalimantan Timur dalam menggunakan aplikasi E-Commerce Shopee tidak terlalu berpengaruh terhadap Intensi perilaku penggunaan Shopee itu sendiri.

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan memberikan bukti terdapat pengaruh yang signifikan terhadap intensi perilaku terhadap perilaku penerimaan adopsi teknologi E-Commerce Shopee di Kalimantan Timur. Pengaruh yang signifikan terhadap kepribadian terhadap intensi perilaku penerimaan adopsi teknologi E-Commerce Shopee di Kalimantan Timur. Terdapat pengaruh yang signifikan terhadap norma subjektif perilaku terhadap perilaku penerimaan adopsi teknologi E-Commerce Shope. Pengaruh yang signifikan terhadap control perilaku terhadap perilaku penerimaan adopsi teknologi E-Commerce Shopee di Kalimantan Timur.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Reading MA : Addison-Wesley.
- Ajzen, Icek. (1991). TPB Questionnaire Construction Constructing a Theory of Planned Behaviour Questionnaire. *University of Massachusetts Amherst*, 1–7.

- Astrachan, C. B., Patel, V. K., & Wanzenried, G. (2014). A comparative study of CB-SEM and PLS-SEM for theory development. *Journal of Family Business Strategy*, 5, 116–128.
- Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16(1), 74–94. <https://doi.org/10.1007/BF02723327>
- Cheng, B. L., & Yee, S. H. (2014). Factors Influencing Consumers' Online Purchase Intention: A Study among University Students in Malaysia. *International Journal of Liberal Arts and Social Science*, 2(8), 2307–2924. <https://doi.org/10.5539/ass.v10n9p18>
- Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach to structural equation modelling. In G. A. Marcoulides (Ed.), *Modern Methods for Business Research* (pp. 295–336).
- Hair Jr., J. F., Matthews, L. M., Matthews, R. L., & Sarstedt, M. (2017). PLS-SEM or CB-SEM: updated guidelines on which method to use. *International Journal of Multivariate Data Analysis*, 1(2), 107. <https://doi.org/10.1504/ijmda.2017.10008574>
- Jogiyanto, H. (2017). Teori portofolio dan analisis investasi (edisi Kesebelas). Yogyakarta: BPFE, 762.
- Litwin, M. (1995). *How to Measure Survey Reliability and Validity*. *How to Measure Survey Reliability and Validity*. <https://doi.org/10.4135/9781483348957>
- Nunnally, J.C. and Bernstein, I. H. (1994). The Assessment of Reliability. *Psychometric Theory*, 3, 248-292.
- Ru, L. J., Kowang, T. O., Long, C. S., Fun, F. S., & Fei, G. C. (2021). Factors Influencing Online Purchase Intention of Shopee's Consumers in Malaysia. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 11(1), 761–776. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v11-i1/8577>
- Werner, P. (2004). Reasoned action and planned behavior. In S. J. Peterson & T. S. Bredow (Eds.), *Middle range theories: Application to nursing research*. *Reasoned Action and Planned Behavior*, (2004), 125–147.