

ABSTRAK

ANALISIS MINAT DAN PERILAKU PENGGUNAAN *E-COMMERCE* SHOPEE PADA MASA PANDEMI COVID-19 MENGGUNAKAN METODE *UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 2 (UTAUT 2)*

Oleh

Dian Fikri Risqiana Dewi

18103008

Platform online e-commerce menyediakan proses jual beli barang dan jasa. Pandemi Covid-19 (*Coronavirus Disease-19*) mempengaruhi sektor *e-commerce*, ekonomi, pariwisata, pendidikan dan kesehatan. Kebijakan pemerintah yang menganjurkan untuk tetap berada dirumah selama pandemi Covid-19 telah mengubah perilaku belanja masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Terjadi peningkatan aktivitas belanja *online* sebesar 31% selama pandemi Covid-19. Shopee merupakan salah satu *e-commerce* yang mengalami peningkatan transaksi dan kunjungan pada masa pandemi Covid-19. Terjadi peningkatan transaksi sebesar 130% dan Shopee memiliki rata-rata kunjungan tertinggi perbulannya sebanyak 93,4 juta. Adanya peningkatan penggunaan *e-commerce* selama pandemi Covid-19, mendorong sejauh mana masing-masing pelaku bisnis *e-commerce* mampu beradaptasi dalam sisi pelayanan penjualan barang dan jasa. Shopee sebagai salah satu *e-commerce* juga mengalami peningkatan dan mengalami penyesuaian dalam pelayanan penjualan barang dan jasa selama pandemi Covid-19. Berdasarkan hal tersebut, diperlukan analisis minat dan perilaku pengguna *e-commerce* Shopee dalam berbelanja *online*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang signifikan terhadap minat dan perilaku pengguna *e-commerce* Shopee. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode alat ukur dalam penelitian ini mempergunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of thecnology 2 (UTAUT 2)*. Metode pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner melalui Google form. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang berpengaruh secara signifikan terhadap *behavioral intention* adalah variabel *social influence* dengan nilai T-statistik 2,150, p-value 0,032 dan variabel *habit* dengan nilai T-statistik 6,016, p-value 0,000. Sedangkan faktor-faktor yang berpengaruh secara signifikan terhadap *use behavior* adalah variabel *habit* dengan nilai T-statistik 3,773, p-value 0,000 dan variabel *behavioral intention* dengan nilai T-statistik 3,355, p-value 0,001. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa variabel moderator *gender* terbukti mempengaruhi hubungan antara variabel eksogen terhadap variabel endogen yaitu *hedonic motivation* terhadap *behavioral intention*. Untuk variabel moderator *age* dan *experience* tidak mempengaruhi hubungan antara variabel eksogen terhadap variabel endogen. Berdasarkan hasil penelitian, pengembang Shopee agar dapat tetap menjaga *layout* sistem, dilakukan adanya notifikasi mengenai promosi produk untuk mempertahankan minat pengguna *e-commerce* Shopee.

Kata Kunci : *E-commerce*, Shopee, UTAUT 2