



ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU PENGGUNAAN E-COMMERCE (TOKOPEDIA) DI JAWA TIMUR DENGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN MODEL UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY (UTAUT) DAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)

**Adeline Angelique¹, Salma Queena P², M Jordan Sulaeman³, Achmad Zamzami⁴
Virdha Rahma Aulia⁵**

^{1,2,3,4,5} Sistem Informasi, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

E-mail: ¹23082010229@student.upnjatim.ac.id, ²23082010230@student.upnjatim.ac.id,
³23082010232@student.upnjatim.ac.id, ⁴23082010241@student.upnjatim.ac.id,
⁵virdha.rahma.fasilkom@upnjatim.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pengguna dalam menggunakan platform e-commerce Tokopedia di Jawa Timur. Penelitian ini menerapkan pendekatan kombinasi dari model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) serta Technology Acceptance Model (TAM). Tujuan utama dari penelitian ini berfokus pada variabel-variabel seperti harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, kondisi yang mendukung, manfaat yang dirasakan, serta kemudahan penggunaan yang dirasakan. Informasi diperoleh dengan menyebarkan kuesioner online kepada pengguna Tokopedia di daerah Jawa Timur, selanjutnya dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling (SEM). Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa mayoritas konstruk yang diteliti memiliki dampak yang signifikan terhadap niat dan perilaku dalam menggunakan Tokopedia. Penelitian ini menyajikan saran strategis untuk mendukung penerapan teknologi e-commerce yang lebih inklusif di kawasan tersebut.

Kata Kunci—Tokopedia, UTAUT, TAM, e-commerce, perilaku pengguna

Abstract

This study aims to examine the factors that influence user behavior in using the Tokopedia e-commerce platform in East Java. This study applies a combination approach from the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) and Technology Acceptance Model (TAM). The main objectives of this study focus on variables such as performance expectations, effort expectations, social influence, supportive conditions, perceived benefits, and perceived ease of use. Information was obtained by distributing online questionnaires to Tokopedia users in East Java, then analyzed using Structural Equation Modeling (SEM). The results of the study indicate that the majority of the constructs studied have a significant impact on the intention and behavior in using Tokopedia. This study presents strategic suggestions to support the implementation of more inclusive e-commerce technology in the region.

Keywords—Tokopedia, UTAUT, TAM, e-commerce, user behavior

Article History

Received: Juli 2025

Reviewed: Juli 2025

Published: Juli 2025

Plagiarism Checker No 675

Prefix DOI : Prefix DOI :

10.8734/Kohesi.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Kohesi



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)



PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan e-commerce di Indonesia tumbuh dengan sangat cepat sejalan dengan meningkatnya akses internet dan jumlah pengguna yang aktif. Menurut laporan dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) di tahun 2024, terdapat sekitar 65,65 juta pengguna aktif e-commerce dengan total nilai transaksi mencapai Rp512 triliun. Tokopedia, yang merupakan salah satu platform terkemuka, berada di posisi kedua dalam hal jumlah kunjungan terbanyak, dengan total mencapai 114,6 juta kunjungan pada kuartal IV tahun 2020. Dalam mengkaji sikap pengguna terhadap teknologi, terdapat model-model seperti Technology Acceptance Model (TAM) yang dirancang oleh Davis (1986) dan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) yang dikembangkan oleh Venkatesh et al. (2023) biasa dipakai.

Model TAM menyoroti dua elemen utama, yaitu kegunaan yang dirasakan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan. Sementara itu, UTAUT mengintegrasikan delapan teori mengenai adopsi teknologi dengan empat elemen utama, yaitu harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, dan kondisi yang memfasilitasi. Penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Gunawan dan Sfenrianto (2021) dengan menerapkan model UTAUT untuk menganalisis perilaku pengguna Tokopedia di DKI Jakarta menunjukkan bahwa pengaruh sosial dan kondisi pendukung mempunyai dampak yang signifikan terhadap niat perilaku, sedangkan harapan kinerja dan harapan usaha tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan.

Pemilihan Jawa Timur sebagai tempat penelitian didasarkan pada pertimbangan strategis yang signifikan. Jawa Timur adalah provinsi dengan populasi terbesar kedua di Indonesia, yaitu sekitar 41,1 juta orang, sehingga menjadikannya sebagai salah satu pasar yang sangat potensial untuk perkembangan e-commerce. Provinsi ini memiliki sejumlah kota besar dengan tingkat penerimaan teknologi digital yang sangat tinggi, sehingga menjadikannya pusat pertumbuhan ekonomi lokal dan aktivitas perdagangan online yang aktif. Berdasarkan laporan Tokopedia Insight (2023), lebih dari 10% dari keseluruhan transaksi nasional di platform Tokopedia berasal dari Jawa Timur, yang menunjukkan posisi signifikan provinsi ini dalam ekosistem e-commerce di tingkat nasional. Selain itu, Jawa Timur memiliki berbagai karakteristik geografis, yang mencakup daerah perkotaan, semi-perkotaan, dan pedesaan. Walaupun penggunaan teknologi di kawasan perkotaan telah meningkat, masih terdapat banyak area semi-perkotaan dan pedesaan yang memiliki potensi signifikan untuk pertumbuhan e-commerce di masa mendatang. Peluang ini memungkinkan eksplorasi berbagai dinamika perilaku konsumen dalam satu provinsi, yang pada gilirannya dapat membuat hasil penelitian lebih kaya dan lebih representatif.

Penting untuk memperhatikan urgensi permasalahan dalam perkembangan e-commerce di Jawa Timur, karena walaupun pertumbuhan ekonomi digital berjalan cepat, akses dan kesiapan masyarakat belum merata. Salah satu permasalahan utama adalah adanya ketidakseimbangan infrastruktur dan akses digital antara daerah perkotaan, perkotaan setengah, dan pedesaan. Walaupun kota-kota utama di Jawa Timur telah dilengkapi dengan akses internet dan layanan logistik yang baik, terdapat banyak daerah terpencil yang masih belum merasakan keuntungan serupa, sehingga potensi ekonomi digital di kawasan tersebut belum dapat dimaksimalkan dengan sebaiknya. Di samping itu, rendahnya kemampuan literasi digital pada masyarakat dan pelaku UMKM merupakan suatu tantangan, sebab banyak di antara pelaku usaha yang belum dapat memanfaatkan fitur-fitur e-commerce secara optimal disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan dan keterampilan teknologi. Isu lain yang harus diperhatikan adalah keamanan transaksi dan perlindungan konsumen, di mana kepercayaan masyarakat terhadap transaksi online masih harus ditingkatkan, terutama mengenai perlindungan data pribadi, risiko penipuan, serta keaslian produk yang dipasarkan secara daring.

Karena itu, studi yang mendalam mengenai pembagian pasar dan perilaku konsumen di kawasan ini sangat krusial untuk menciptakan strategi pengembangan e-commerce yang



efektif. Tanpa intervensi yang menyeluruh dan berkelanjutan, potensi ekonomi digital di Jawa Timur tidak akan maksimal dan berisiko memperdalam kesenjangan digital antarwilayah, yang dapat menghambat kontribusi e-commerce terhadap pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Dengan memperhatikan berbagai aspek tersebut, Jawa Timur adalah tempat yang ideal untuk menganalisis perilaku penggunaan Tokopedia dengan pendekatan UTAUT dan TAM, serta meningkatkan pemahaman akademik tentang kemajuan e-commerce di Indonesia.

METODE PENELITIAN

2.1 Pendekatan Penelitian

Studi ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk menguji keterkaitan antara variabel-variabel sesuai dengan model teoretis yang telah ditetapkan. Model yang diterapkan dalam penelitian ini menggabungkan pendekatan UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) dan TAM (Technology Acceptance Model) terkait dengan perilaku penggunaan aplikasi Tokopedia di Jawa Timur. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memberikan kesempatan untuk mengukur variabel dengan cara yang objektif dan melakukan analisis statistik yang lebih mendalam.

2.2 Teknik Pengumpulan Data

Populasi dalam kajian ini mencakup seluruh pengguna Tokopedia di Jawa Timur, baik yang aktif maupun yang tidak aktif dalam menggunakan platform tersebut.

Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar secara daring menggunakan Google Forms kepada pengguna Tokopedia di Jawa Timur yang memenuhi kriteria sebagai sampel penelitian.

2.3 Teknik Sampling

Populasi dalam penelitian ini mencakup semua pengguna Tokopedia di Jawa Timur yang telah menggunakan layanan tersebut, dengan pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner. Penilaian dalam kuisisioner dilakukan dengan memanfaatkan skala Likert. Skala Likert dipakai untuk menilai sikap, pandangan, dan persepsi individu atau kelompok terhadap peristiwa atau fenomena sosial.

Karena populasi yang diperoleh cukup besar, maka dilakukan pengambilan sampel dengan menggunakan rumus Slovin dan tingkat kesalahan (margin of error) sebesar 5%.

Rumus Slovin yang digunakan adalah:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot (e)^2}$$

Diketahui:

N = 245 (Jumlah Populasi yang didapatkan)

e = 5% (margin of error)

maka,

$$n = \frac{245}{1 + 245 \cdot (5\%)^2} = 151,97 \text{ jika dibulatkan, yaitu } 152 \text{ responden.}$$

2.4 Variables dan Measurements

- **Interval scale** digunakan untuk pernyataan sikap (Likert Scale), kami menggunakan skala 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju)
- **Ratio scale** digunakan ketika nilai memiliki nol mutlak dan dapat dihitung secara matematis.
- **Ordinal** cocok untuk pengelompokan yang berurutan.
- **Nominal** digunakan untuk kategori tanpa urutan.



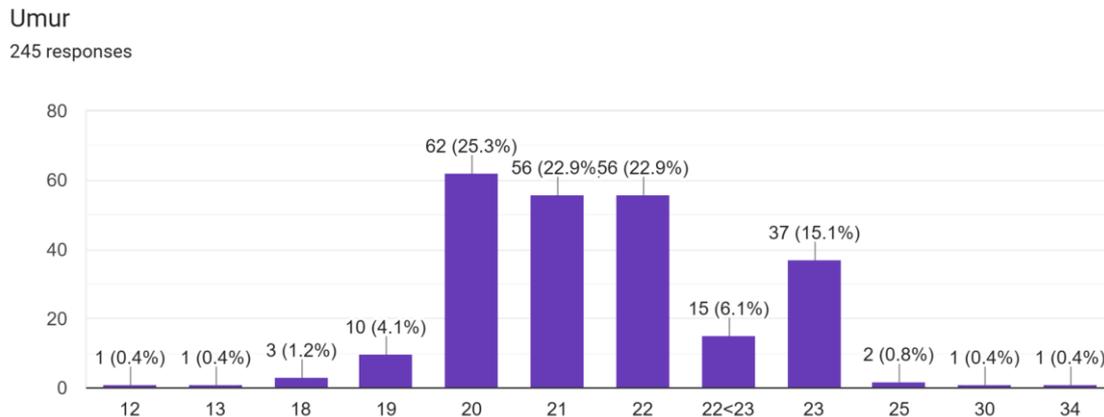
		SI3 : Saya merasa bahwa banyak orang di sekitar saya menggunakan aplikasi Tokopedia.	
Facilitating Conditions (FC)	Dukungan infrastruktur (internet, pembayaran) untuk penggunaan Tokopedia.	FC1 : Tokopedia menyediakan layanan pelanggan yang responsif jika terjadi masalah transaksi FC2 : Saya familiar dengan fitur-fitur keamanan (misal: OTP, verifikasi) di Tokopedia. FC3 : Saya merasa nyaman dengan metode pembayaran yang tersedia di Tokopedia	Likert 1-5
Use Behavior (UB)	Intensitas atau frekuensi penggunaan teknologi informasi oleh pengguna.	UB1: Saya menggunakan Tokopedia untuk berbagai keperluan belanja (makanan, elektronik, dll). UB2: Saya menggunakan fitur tambahan seperti e-wallet, voucher, atau promo Tokopedia. UB3: Saya sering berbelanja menggunakan Tokopedia daripada platform lain.	Likert 1-5
Behavioral Intention (BI)	Niat pengguna untuk terus menggunakan Tokopedia.	BI1 : Saya berencana untuk menggunakan aplikasi Tokopedia dalam waktu dekat. BI2 : Saya akan merekomendasikan aplikasi Tokopedia kepada teman-teman dan keluarga saya. BI3 : Saya berencana untuk menggunakan aplikasi Tokopedia secara rutin untuk berbelanja dalam sebulan ke depan.	Likert 1-5

HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Deskripsi Responden

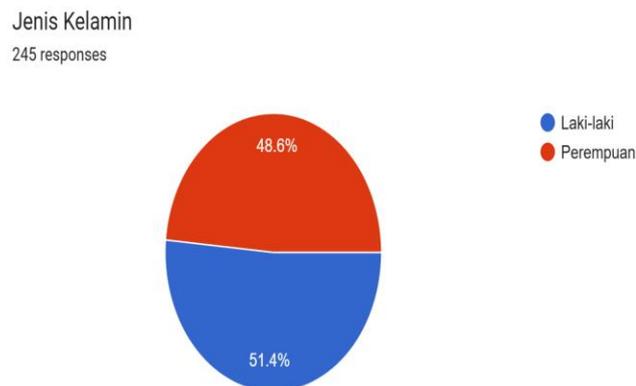
Responden dalam penelitian ini berjumlah 245 orang. Berikut adalah deskripsi karakteristik responden berdasarkan umur, jenis kelamin, domisili di Jawa Timur, dan lama menggunakan Tokopedia:

- Umur Responden



Berdasarkan grafik umur yang sudah didapatkan, yang paling menonjol ada di umur 20 tahun. Disusul dengan umur 21 dan 22 tahun.

- Jenis Kelamin





3.3 Validitas Diskriminan

3.3.1 Fornell-Larcker Criterion

Discriminant validity - Fornell-Larcker criterion

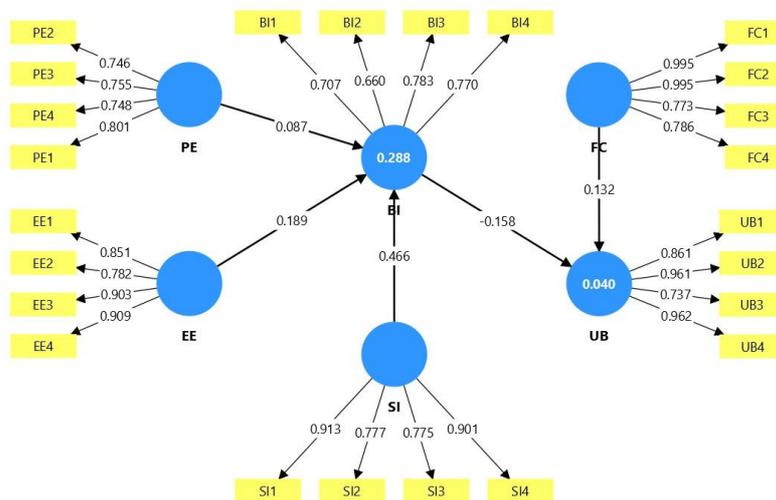
	BI	EE	FC	PE	SI	UB
BI	0.732					
EE	0.237	0.863				
FC	0.047	0.328	0.894			
PE	0.187	0.214	0.196	0.763		
SI	0.489	0.063	-0.071	0.129	0.844	
UB	-0.152	-0.007	0.124	-0.097	-0.082	0.885

Uji validitas diskriminan dimaksudkan untuk menentukan sejauh mana suatu konstruk dalam model pengukuran benar-benar berbeda dari konstruk yang lain. Sesuai dengan kriteria Fornell-Larcker, sebuah konstruk dianggap memiliki validitas diskriminan yang baik apabila: Nilai akar kuadrat AVE (angka diagonal dalam tabel) lebih besar dibandingkan dengan korelasi antar konstruk (angka-angka di luar diagonal) dalam kolom dan baris yang sama.

Interpretasi

Berdasarkan hasil uji validitas diskriminan dengan kriteria Fornell-Larcker, seluruh konstruk (BI, EE, FC, PE, SI, dan UB) telah memenuhi syarat validitas diskriminan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai akar AVE (nilai diagonal) yang lebih besar dari nilai korelasi antara konstruk tersebut dengan konstruk lainnya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa setiap konstruk dalam model penelitian ini bersifat unik dan tidak saling tumpang tindih, serta mampu mengukur konsep yang berbeda secara valid.

3.4 Uji Hipotesis



Hipotesis	Path Coefficient	Status Pengaruh	Keterangan
Performance Expectancy (PE) → Behavioral Intention (BI)	0.087	Tidak Berpengaruh	Koefisien rendah, arah positif, namun tidak signifikan
Effort Expectancy	0.159	Berpengaruh	Memberi kontribusi



(EE) → Behavioral Intention (BI)			positif terhadap niat pengguna
Social Influence (SI) → Behavioral Intention (BI)	0.616	Berpengaruh	Paling kuat, menunjukkan SI sangat memengaruhi niat pengguna
Facilitating Conditions (FC) → Use Behavior (UB)	0.132	Tidak Berpengaruh	Pengaruh positif lemah, dan tidak signifikan
Behavioral Intention (BI) → Use Behavior (UB)	-0.158	Tidak Berpengaruh	Pengaruh negatif kecil, menunjukkan hubungan terbalik dan tidak signifikan

Variabel yang berpengaruh signifikan:

- **Effort Expectancy (EE)** dan **Social Influence (SI)** memberikan kontribusi positif terhadap **Behavioral Intention (BI)**. Ini berarti, semakin mudah pengguna merasakan penggunaan aplikasi Tokopedia dan semakin besar pengaruh dari lingkungan sosial, semakin besar pula niat mereka untuk menggunakannya.
- **Social Influence** memiliki koefisien tertinggi (**0.616**), menunjukkan bahwa faktor sosial merupakan pengaruh dominan dalam model ini.

Variabel yang tidak berpengaruh signifikan:

- **Performance Expectancy (PE)** memiliki pengaruh positif kecil namun tidak signifikan terhadap BI.
- **Facilitating Conditions (FC)** dan **Behavioral Intention (BI)** tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap **Use Behavior (UB)**. Bahkan, hubungan BI → UB bernilai negatif (-0.158), yang berarti niat tidak otomatis mengarah pada perilaku aktual.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi kebiasaan pengguna dalam memanfaatkan Tokopedia di Jawa Timur dengan menerapkan model UTAUT dan TAM. Berdasarkan analisis data yang dilakukan menggunakan metode SEM-PLS terhadap 150 responden, terdapat beberapa temuan penting yang diperoleh. Pertama, Effort Expectancy (kemudahan penggunaan) dan Social Influence (pengaruh sosial) terbukti memberikan pengaruh positif serta signifikan terhadap Behavioral Intention (niat untuk menggunakan). Dengan kata lain, semakin gampang Tokopedia dipakai dan semakin besar dukungan dari lingkungan sosial, maka semakin tinggi keinginan seseorang untuk memanfaatkannya.

Sebaliknya, konstruk Harapan Kinerja tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat untuk menggunakan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun pengguna merasakan manfaat dari Tokopedia, hal tersebut belum cukup untuk mendorong keinginan mereka agar menggunakannya dengan lebih aktif. Selanjutnya, dua komponen utama, yaitu Facilitating Conditions (kondisi pendukung) dan Behavioral Intention (niat perilaku), juga tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap Use Behavior (perilaku penggunaan yang sebenarnya). Ini terlihat dari nilai R² pada UB yang sangat rendah (0,040), yang menunjukkan bahwa model tersebut belum dapat menjelaskan perilaku penggunaan dengan baik.



Secara keseluruhan, model ini memiliki kemampuan prediksi yang cukup baik untuk menggambarkan niat dalam menggunakan Tokopedia ($R^2 = 0,288$), tetapi sangat rendah dalam menjelaskan perilaku penggunaan yang sebenarnya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keinginan tidak selalu sejalan dengan tindakan nyata dalam konteks penggunaan e-commerce di Jawa Timur.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Castleman, Kenneth R., 2004, *Digital Image Processing*, Vol. 1, Ed.2, Prentice Hall, New Jersey.
- [2] Gonzales, R., P. 2004, *Digital Image Processing (Pemrosesan Citra Digital)*, Vol. 1, Ed.2, diterjemahkan oleh Handayani, S., Andri Offset, Yogyakarta.
- [3] Wyatt, J. C, dan Spiegelhalter, D., 1991, *Field Trials of Medical Decision-Aids: Potential Problems and Solutions*, Clayton, P. (ed.): *Proc. 15th Symposium on Computer Applications in Medical Care*, Vol 1, Ed. 2, McGraw Hill Inc, New York.
- [4] Yusoff, M, Rahman, S.,A., Mutalib, S., and Mohammed, A. , 2006, Diagnosing Application Development for Skin Disease Using Backpropagation Neural Network Technique, *Journal of Information Technology*, vol 18, hal 152-159.
- [5] Wyatt, J. C, Spiegelhalter, D, 2008, Field Trials of Medical Decision-Aids: Potential Problems and Solutions, *Proceeding of 15th Symposium on Computer Applications in Medical Care*, Washington, May 3.
- [6] Prasetya, E., 2006, Case Based Reasoning untuk mengidentifikasi kerusakan bangunan, *Tesis*, Program Pasca Sarjana Ilmu Komputer, Univ. Gadjah Mada, Yogyakarta.
- [7] Ivan, A.H., 2005, Desain target optimal, *Laporan Penelitian Hibah Bersaing*, Proyek Multitahun, Dikti, Jakarta.
- [8] Wallace, V. P., Bamber, J. C. dan Crawford, D. C. 2000. Classification of reflectance spectra from pigmented skin lesions, a comparison of multivariate discriminate analysis and artificial neural network. *Journal Physical Medical Biology* , No.45, Vol.3, 2859-2871.
- [9] Xavier Pi-Sunyer, F., Becker, C., Bouchard, R.A., Carleton, G. A., Colditz, W., Dietz, J., Foreyt, R. Garrison, S., Grundy, B. C., 1998, Clinical Guidelines on the identification, evaluation, and treatment of overweight and obesity in adults, *Journal of National Institutes of Health*, No.3, Vol.4, 123-130, :http://journals.lww.com/acsm-mse/Abstract/1998/11001/paper_treatment_of_obesity.pdf.
- [10] Borglet, C, 2003, Finding Association Rules with Apriori Algorithm, <http://www.fuzzy.cs.uniagdeburg.de/~borglet/apriori.pdf>, diakses tgl 23 Februari 2007.