

ANALISA PENGGUNAAN *E-COMMERCE* SHOPEE PADA MASA PANDEMI COVID-19 MENGGUNAKAN MODEL UTAUT

(Analysis of The Use of Shopee E-Commerce during The Covid-19 Pandemic using The UTAUT Model)

Susanna Prety Wantri Ndruma¹⁾, Irfan Mahendra^{2*)}

^{1,2)} Universitas Nusa Mandiri, Jl. Kramat Raya No. 18, Jakarta
e-mail: prettywantri23@gmail.com, irfan.iha@nusamandiri.ac.id

Abstract. During the Covid-19 pandemic, the use of e-commerce increased very significantly, including Shopee. Order to evaluate how the level of use of e-commerce applications during the pandemic, can be measured using the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Model. This study aims to analyze the use of Shopee's E-commerce during the Covid-19 pandemic using the Unified Theory Of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Model. This study discusses the effect of performance expectancy, effort expectancy, social influence, and facilitating conditions on behavioral intentions. The method of data collection was carried out using a questionnaire. The results showed that partially there was one variable that was rejected, namely the social influence variable. Meanwhile, the variables of performance expectations, effort expectations, and facilitation conditions have a significant effect on behavioral intentions. However, it simultaneously shows that all variables have a positive and significant effect on behavioral intention.

Keywords: behavioral intention, covid-19, e-commerce, UTAUT

1. Pendahuluan

Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah kematian terbesar akibat *Covid-19* di antara negara-negara ASEAN lainnya [1]. Dari waktu ke waktu angka penderita *Covid-19* di Indonesia terus meningkat, sehingga hal tersebut membuat semua warga Indonesia panik [2]. Hal ini sangat berdampak terhadap perubahan gaya hidup dan perilaku masyarakat, termasuk dalam perilaku belanja untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Masyarakat yang sebelumnya terbiasa dengan sistem belanja langsung, saat ini seiring berjalannya waktu *e-commerce* berperan penting dan mulai meningkatkan inovasi baru untuk menarik pelanggan agar tetap berbelanja online. Secara tidak langsung Pandemi *Covid-19* membawa pengaruh positif terhadap pertumbuhan *e-commerce*.

Salah satu *e-commerce* yang berkembang pesat di masa pandemi ini adalah *e-commerce* Shopee. Shopee mengalami peningkatan transaksi penjualan yaitu di Q2-2020 naik hingga 130% dibandingkan dengan periode yang sama di tahun lalu, peningkatan tersebut terdapat pada fashion sebanyak 59%, untuk perawatan kecantikan sebanyak 54%, dan untuk aksesoris sebanyak 48%. Sepanjang Q2-2020 terdapat sekitar kurang lebih 260 juta transaksi di platform Shopee dengan rata-rata transaksi per hari sebanyak 2,8 juta

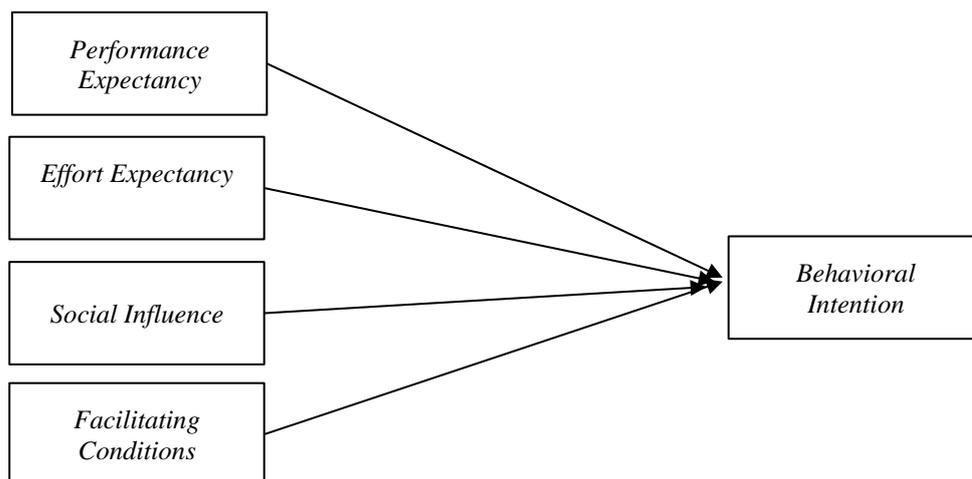
transaksi dilakukan oleh pengguna Shopee [3].

Meningkatnya penggunaan aplikasi ini tentu juga perlu menjadi kewaspadaan bagi Perusahaan, karena seiring dengan bertambahnya jumlah pengguna berarti juga terjadi peningkatan layanan dan ekspektasi dari pelanggan terhadap aplikasi. Sehingga untuk itu Perusahaan perlu mengetahui bagaimana tingkat penerimaan dan penggunaan aplikasi oleh pengguna agar dapat memformulasikan *area of improvement* yang tepat untuk melakukan perbaikan.

Salah satu model yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat penerimaan dan penggunaan aplikasi adalah Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). Metode UTAUT adalah model yang dikembangkan oleh Vekantesh, et al. dengan mengkombinasikan delapan model penelitian terkemuka mengenai penerimaan individu terhadap teknologi informasi [4]. UTAUT memiliki empat macam konstruk utama yang berpengaruh terhadap penerimaan pemakai dan perilaku pemakai, yaitu ekspektansi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), dan kondisi fasilitas (*facilitating conditions*) [5] [6].

Berdasarkan paparan di atas, maka dipandang perlu untuk melakukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui tingkat penerimaan dan penggunaan *E-Commerce* Shopee pada masa Pandemi *Covid-19* menggunakan Model *Unified Theory of Acceptance and Use Technology* (UTAUT). Selain itu juga dilakukan untuk faktor-faktor apa saja yang berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap *behavioral intentions* dari pengguna di dalam menggunakan *E-Commerce* Shopee.

2. Metodologi



Gambar 1. Model Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif. Jumlah populasi tidak diketahui,

sehingga ditetapkan jumlah sampel sebanyak 100 responden pengguna aplikasi shopee yang akan mewakili populasi untuk secara keseluruhan. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner dengan skala likert 6 poin. Penyusunan kuesioner mengacu pada Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) yang terdiri dari empat variabel bebas, yaitu ekspektansi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), dan kondisi fasilitas (*facilitating conditions*), yang berpengaruh pada satu variabel terikat, yaitu minat untuk berperilaku (*behavior intentions*) sebagaimana pada Model Penelitian pada Gambar 1.

Masing-masing variabel pada Gambar 1 dapat dijelaskan, sebagai berikut:

1. *Performance expectancy* (ekspektasi kinerja) diartikan sebagai harapan kinerja dari sistem atau seberapa tinggi seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem akan membantunya untuk mendapatkan keuntungan kinerja dari pekerjaannya [7]. Ekspektasi kinerja yang dimaksud penelitian ini adalah apakah berbelanja online melalui aplikasi Shopee berpengaruh terhadap peningkatan produktivitas, efektivitas, dan kualitas untuk menangani penyebaran *Covid-19*.
2. *Effort expectancy* (ekspektasi usaha) diartikan sebagai tingkat kemudahan yang dihubungkan dengan penggunaan suatu sistem [7]. Ekspektasi Usaha yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pemanfaatan *e-commerce* Shopee apakah berpengaruh terhadap peningkatan efisiensi dan kemudahan dalam berbelanja online untuk mengurangi mobilitas masyarakat berbelanja.
3. *Social influence* (pengaruh sosial) diartikan sebagai sejauh mana seorang individu mempersepsikan kepentingan yang dipercaya oleh orang lain yang akan mempengaruhinya menggunakan sistem yang baru [7]. Pengaruh Sosial yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pemanfaatan *e-commerce* Shopee dalam membantu masyarakat untuk berbelanja dari rumah akan berpengaruh juga terhadap lingkungan sekitarnya.
4. *Facilitating condition* (kondisi yang memfasilitasi) dapat diartikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa infrastruktur organisasional dan teknikal tersedia untuk mendukung sistem [7]. Kondisi yang memfasilitasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pemanfaatan *e-commerce* Shopee dalam mendukung aktivitas berbelanja dari rumah saja dapat membantu mengurangi penyebaran *covid-19*.
5. *Behavioral intentions* (minat pemanfaatan) diartikan sebagai seberapa besar minat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu [6]. *Behavioural intention* yang positif mempunyai manfaat bagi perusahaan, di antaranya adalah konsumen menjadi loyal terhadap produk atau jasa yang digunakan. Loyalitas merupakan hal yang menjadi tujuan dari perusahaan akan produk atau jasa. Banyak sekali perusahaan menggunakan segala cara konsumen menjadi loyal terhadap *brand* dan produknya [8]. Minat Pemanfaatan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah tingkat keinginan atau niat masyarakat dalam menggunakan *e-commerce* Shopee secara terus menerus untuk membantu, mengefektifkan dan mengefisiensikan dalam aktivitas berbelanja dirumah untuk tetap memenuhi kebutuhan masyarakat selama *covid-19*.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Karakteristik Responden

Pembagian kuesioner dilakukan menggunakan pendekatan *accidental sampling* terhadap 100 pengguna *e-commerce* Shopee pada masa *covid-19*. Adapun yang menjadi karakteristik responden meliputi jenis kelamin, umur, seberapa sering berbelanja melalui aplikasi Shopee selama masa *covid-19*, produk yang sering dibeli melalui aplikasi Shopee selama masa *covid-19*. Berdasarkan hasil yang didapat dari identifikasi karakteristik dari 100 responden pengguna aplikasi shopee, dapat diuraikan pada Tabel 1 sebagai berikut :

Tabel 1. Profil Responden

Variabel	Karakteristik	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	25	25%
	Perempuan	75	75%
Usia	11-20 tahun	37	37%
	21-30 tahun	53	53%
	31-40 tahun	7	7%
	> 40 tahun	3	3%
Produk dibeli	Kecantikan	13	13%
	Elektronik	12	12%
	Fashion	37	37%
	Makanan	17	17%
	Peralatan RT	5	5%
	Lainnya	16	16%

Sumber: data primer yang diolah (2021)

3.2 Deskripsi Variabel Penelitian

Pada penelitian ini terdapat 4 variabel bebas, yaitu *performance expectancy* (X_1) berjumlah 5 item, *effort expectancy* (X_2) berjumlah 5 item, *social influence* (X_3) berjumlah 5 item, *facilitating condition* (X_4) berjumlah 5 item pernyataan. Sedangkan satu variabel terikat adalah variabel *behavioral intentions* (Y_1) sebanyak 3 item pernyataan. Sehingga dalam penelitian ini terdiri dari 23 item pernyataan. Dalam pendeskripsian variabel akan ditunjukkan dengan nilai rata-rata dari masing-masing pernyataan, sebagai berikut:

1. *Performance Expectancy* (X_1)

- a. Berbelanja di Shopee sangat mengurangi mobilitas saya untuk memenuhi kebutuhan Saya di masa Pandemi Covid-19.
Sebanyak 53% atau 53 orang responden menyatakan Setuju dan sebanyak 37% atau 37 orang responden menyatakan Sangat Setuju. Kemudian, sebanyak 10% atau 10 orang Netral dan tidak ada responden yang menyatakan Kurang Setuju atau Tidak Setuju. Sehingga dapat dinyatakan sebagian besar responden sangat setuju berbelanja di Shopee sangat mengurangi mobilitas untuk memenuhi kebutuhan Saya di masa Pandemi Covid-19.
- b. Saya yakin Shopee memberikan jaminan *refund* atau penukaran barang jika produk rusak atau tidak sesuai.
Sebanyak 47% atau 47 orang responden menyatakan Setuju dan sebanyak 23% atau 23 orang menyatakan Sangat Setuju. Sementara sebanyak 21% atau 21 orang responden menyatakan Netral, menyatakan Tidak Setuju sebanyak 9% atau 9 orang, dan tidak ada yang menyatakan Sangat Tidak Setuju. Sehingga dengan demikian dapat dinyatakan sebagian besar responden merasa sangat yakin atau yakin bahwa Shopee memberikan jaminan *refund* atau penukaran barang jika produk rusak atau tidak sesuai.
- c. Penjual *online* Shopee mengirimkan barang sesuai dengan pesanan saya.
Sebanyak 71,0% atau 71 orang responden menyatakan Setuju dan sebanyak 7,0% atau 7 orang Sangat Setuju. Sebanyak 14% atau 14 orang responden menyatakan Netral, menyatakan Sangat Tidak Setuju sebanyak 8,0% atau 8 orang. Sementara responden yang menyatakan Tidak Setuju tidak ada. Sehingga dapat dinyatakan bahwa sebagian besar responden menyatakan Setuju bahwa penjual *online* Shopee mengirimkan barang sesuai dengan pesanan.
- d. Penjual online Shopee selalu mengirimkan notifikasi dari barang dipesan hingga barang diterima konsumen.
Sebagian besar responden menyatakan sangat setuju dan setuju bahwa penjual *online* Shopee selalu mengirimkan notifikasi dari barang dipesan hingga barang diterima konsumen. Di mana sebanyak 32% atau 32 orang responden menyatakan Sangat Setuju dan pernyataan Setuju sebanyak 48% atau 48 orang. Sementara yang menyatakan Netral 15% atau 15 orang, pernyataan Tidak Setuju sebanyak 0% atau 0 orang, dan pernyataan Sangat Tidak Setuju sebanyak 5% atau 5 orang.
- e. Shopee memberikan jaminan keamanan atas akun konsumennya.
Sebagian besar responden menyatakan Sangat Setuju dan Setuju bahwa Shopee memberikan jaminan keamanan atas akun konsumennya, di mana sebanyak 23% atau 23 orang menyatakan Sangat Setuju dan pernyataan Setuju sebanyak 61% atau 61 orang. Sementara itu pernyataan Netral 10% atau 10 orang, pernyataan Tidak Setuju sebanyak 6% atau 6 orang, dan tidak ada responden menyatakan Sangat Tidak Setuju.

Sehingga dengan demikian, responden menyatakan setuju dengan rata-rata 3,97 terhadap variabel *performance expectancy* secara keseluruhan.

2. *Effort Expectancy* (X_2)

- a. Selama masa Pandemi Covid-19 saya sangat sering berbelanja online dibanding sebelum masa Pandemi Covid-19.

Sebagian besar responden menyatakan sangat setuju atau setuju bahwa selama masa Pandemi Covid-19 sangat sering berbelanja online dibanding sebelum masa Pandemi Covid-19, di mana memberikan pernyataan Sangat Setuju sebanyak 64% atau 64 orang dan pernyataan Setuju sebanyak 37% atau 37 orang. Sementara pernyataan Netral 1% atau 1 orang, pernyataan Tidak Setuju sebanyak 0% atau tidak ada yang memilih, dan pernyataan Sangat Tidak Setuju sebanyak 0% atau tidak ada yang memilih.

- b. Aplikasi Shopee memudahkan saya mencari jenis barang yang diinginkan.

Sebagian besar responden memberikan pernyataan Sangat Setuju sebanyak 58% atau 58 orang dan pernyataan Setuju sebanyak 40% atau 40 orang. Sementara pernyataan Netral 1% atau 1 orang, pernyataan Tidak Setuju sebanyak 1% atau 1 orang, dan pernyataan Sangat Tidak Setuju sebanyak 0% atau tidak ada.

- c. Aplikasi Shopee memberikan berbagai pilihan pembayaran sesuai dengan keinginan konsumen.

Sebagian besar responden memberikan pernyataan Sangat Setuju sebanyak 59% atau 59 orang dan pernyataan Setuju sebanyak 39% atau 39 orang. Sementara pernyataan Netral 2% atau 2 orang, pernyataan Tidak Setuju sebanyak 0% atau tidak ada yang memilih, dan pernyataan Sangat Tidak Setuju sebanyak 0% atau tidak ada yang memilih.

- d. Aplikasi Shopee memberikan berbagai pilihan untuk jasa pengiriman barang sesuai keinginan konsumen.

Sebagian besar responden memberikan pernyataan Sangat Setuju sebanyak 49% atau 49 orang dan pernyataan Setuju sebanyak 47% atau 47 orang. Sementara pernyataan Netral 4% atau 4 orang, pernyataan Tidak Setuju sebanyak 0% atau tidak ada yang memilih, dan pernyataan Sangat Tidak Setuju sebanyak 0% atau tidak ada yang memilih.

- e. Saya merasa instruksi aplikasi di Shopee sangat jelas.

Sebagian besar responden memberikan pernyataan Sangat Setuju sebanyak 49% atau 49 orang dan pernyataan Setuju sebanyak 47% atau 47 orang. Sementara pernyataan Netral 2% atau 2 orang, pernyataan Tidak Setuju sebanyak 0% atau tidak ada yang memilih, dan pernyataan Sangat Tidak Setuju sebanyak 0% atau tidak ada yang memilih.

Sehingga dengan demikian, responden menyatakan setuju dengan nilai rata-rata 4,54 terhadap variabel *effort expectancy* secara keseluruhan.

3. *Social Influence* (X₃)

- a. Saya menggunakan aplikasi shopee karena saran dari teman/keluarga saya.
Sebagian besar responden menyatakan sangat setuju atau setuju, di mana memberikan pernyataan Sangat Setuju sebesar 48% atau 48 orang, pernyataan Setuju sebesar 18% atau 18 orang, pernyataan Netral 12% atau 12 orang, pernyataan Tidak Setuju sebesar 18% atau 18 orang, dan pernyataan Sangat Tidak Setuju sebesar 4% atau 4 orang.
- b. Saya menggunakan aplikasi ini karena banyak orang yang sudah merasakan keuntungan berbelanja online Shopee.
Sebagian besar responden sangat setuju dan setuju, di mana memberikan pernyataan Sangat Setuju sebesar 45% atau 45 orang, pernyataan Setuju sebesar 36% atau 36 orang, pernyataan Netral 5% atau 5 orang, pernyataan Tidak Setuju sebesar 7% atau 7 orang, dan pernyataan Sangat Tidak Setuju sebesar 7% atau 7 orang.
- c. Saya merasa aman berbelanja di aplikasi Shopee selama masa Pandemi Covid-19.
Sebagian besar responden menyatakan setuju dan sangat setuju, di mana memberikan pernyataan Sangat Setuju sebesar 40% atau 40 orang, pernyataan Setuju sebesar 44% atau 44 orang, pernyataan Netral 13% atau 13 orang, pernyataan Tidak Setuju sebesar 3% atau 3 orang, dan pernyataan Sangat Tidak Setuju sebesar 2 sebesar 0% atau tidak ada yang memilih.
- d. Cashback yang diberikan Shopee sangat bermanfaat di masa Pandemi Covid-19.
Sebagian besar responden sangat setuju dan setuju, di mana responden yang memberikan pernyataan Sangat Setuju sebesar 48% atau 48 orang dan pernyataan Setuju sebesar 35% atau 35 orang. Pernyataan Netral 10% atau 10 orang, pernyataan Tidak Setuju sebesar 5% atau 5 orang, dan pernyataan Sangat Tidak Setuju sebesar 2% atau 2 orang.
- e. Shopee sering memberikan harga khusus pada jam tertentu dimasa Pandemi Covid-19.
Sebagian besar responden menyatakan sangat setuju dan setuju, di mana yang memberikan pernyataan Sangat Setuju sebesar 42% atau 42 orang dan pernyataan Setuju sebesar 35% atau 35 orang. Sementara pernyataan Netral 14% atau 14 orang, pernyataan Tidak Setuju sebesar 4% atau 4 orang, dan pernyataan Sangat Tidak Setuju sebesar 5% atau 5 orang.

Sehingga dengan demikian, responden menyatakan setuju dengan nilai rata-rata 4,08 terhadap variabel *social influence* secara keseluruhan.

4. *Facilitating Condition* (X₄)

- a. Fitur Shopee sangat mudah dipahami dan digunakan dalam bertransaksi.
Sebagian besar responden menyatakan sangat setuju dan setuju, di mana memberikan pernyataan Sangat Setuju sebesar 45% atau 45 orang dan pernyataan Setuju sebesar 37% atau 37 orang. Sementara pernyataan Netral 17% atau 17

- orang, pernyataan Tidak Setuju sebesar 1% atau 1 orang, dan pernyataan Sangat Tidak Setuju sebesar 0% atau tidak ada yang memilih.
- b. Terjadinya persaingan harga barang di Shopee pada masa Pandemi Covid-19. Sebagian besar responden menyatakan sangat setuju dan setuju, di mana memberikan pernyataan Sangat Setuju sebesar 56% atau 56 orang dan pernyataan Setuju sebesar 29% atau 29 orang. Sementara pernyataan Netral 15% atau 15 orang, pernyataan Tidak Setuju sebesar 0% atau tidak ada yang memilih, dan pernyataan Sangat Tidak Setuju sebesar 0% atau tidak ada yang memilih.
 - c. Aplikasi Shopee memberikan petunjuk untuk memudahkan konsumen baru menggunakan aplikasi Shopee. Sebagian besar responden menyatakan setuju dan sangat setuju, di mana memberikan pernyataan Sangat Setuju sebesar 40% atau 40 orang dan pernyataan Setuju sebesar 43% atau 43 orang. Sementara pernyataan Netral 16% atau 16 orang, pernyataan Tidak Setuju sebesar 1% atau 1 orang, dan pernyataan Sangat Tidak Setuju sebesar 0% atau tidak ada yang memilih.
 - d. Semua kebutuhan selama masa Pandemi Covid-19 Saya beli di Shopee. Sebagian besar responden menyatakan setuju dan sangat setuju, di mana memberikan pernyataan Sangat Setuju sebesar 39% atau 39 orang dan pernyataan Setuju sebesar 44% atau 44 orang. Sementara pernyataan Netral 15% atau 15 orang, pernyataan Tidak Setuju sebesar 2% atau 2 orang, dan pernyataan Sangat Tidak Setuju sebesar 0% atau tidak ada yang memilih.
 - e. Saya merasa aplikasi Shopee mudah diakses dimana pun dan kapan pun. Sebagian besar responden menyatakan sangat setuju dan setuju, di mana memberikan pernyataan Sangat Setuju sebesar 47% atau 47 orang dan pernyataan Setuju sebesar 37% atau 37 orang. Sementara pernyataan Netral 15% atau 15 orang, pernyataan Tidak Setuju sebesar 1% atau 1 orang, dan pernyataan Sangat Tidak Setuju sebesar 0% atau tidak ada yang memilih.

Sehingga dengan demikian, responden menyatakan setuju dengan nilai rata-rata 4,81 terhadap variabel *facilitating condition* secara keseluruhan.

5. Behavioral Intentions (Y_1)

- a. Saya berniat menggunakan aplikasi shopee dalam jangka waktu panjang. Sebagian besar responden menyatakan setuju dan sangat setuju, dimana memberikan pernyataan Sangat Setuju sebesar 24% atau 24 orang dan pernyataan Setuju sebesar 61% atau 61 orang. Sedangkan pernyataan Netral 13% atau 13 orang, pernyataan Tidak Setuju sebesar 2% atau 2 orang, dan pernyataan Sangat Tidak Setuju sebesar 2% atau 2 orang.
- b. Saya akan tetap berbelanja di aplikasi shopee meskipun masa pandemi covid 19 berakhir. Sebagian besar responden menyatakan setuju dan sangat setuju, di mana memberikan pernyataan Sangat Setuju sebesar 24% atau 24 orang dan pernyataan

Setuju sebesar 65% atau 65 orang. Sedangkan pernyataan Netral 11% atau 11 orang, pernyataan Tidak Setuju sebesar 0% atau tidak ada yang memilih, dan pernyataan Sangat Tidak Setuju sebesar 0% atau tidak ada yang memilih.

- c. Saya akan tetap berbelanja di aplikasi shopee meskipun masa pandemi covid 19 berakhir.

Sebagian besar responden menyatakan setuju dan sangat setuju, di mana memberikan pernyataan Sangat Setuju sebesar 37% atau 37 orang dan pernyataan Setuju sebesar 45% atau 45 orang. Pernyataan Netral 15% atau 15 orang, pernyataan Tidak Setuju sebesar 3% atau 3 orang, dan pernyataan Sangat Tidak Setuju sebesar 0% atau tidak ada yang memilih.

Sehingga dengan demikian, responden menyatakan setuju dengan nilai rata-rata 4,12 terhadap variabel *behavioral intentions* secara keseluruhan.

3.3 Hasil Uji Hipotesis

3.3.1 Hasil Uji T (Parsial)

Di bawah ini adalah hasil uji T:

Tabel 2. Hasil uji T

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-.243	1.298		-.187	.852
	Performance expectancy	.275	.054	.469	5.080	.000
	Effort expectancy	.169	.068	.227	2.490	.014
	Social influence	.021	.061	.056	.349	.728
	Facilitating condition	.152	.062	.257	2.450	.016

a. Dependent Variable: Behavioral Intentions

Sumber: data primer yang diolah (2021)

Berdasarkan hasil Uji T pada Tabel 2, maka dapat disimpulkan pengaruh masing-masing variabel terhadap variabel Y adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh variabel *Performance Expectancy* (X1) terhadap *Behavioral Intention*
Berdasarkan hasil uji T diatas, dapat diketahui nilai signifikannya yaitu $0,000 < 0,05$ dan nilai tHitung dan tTabel adalah $5,080 > 1,985$, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis Variabel *Performance Expectancy* (X1) berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* pada penggunaan aplikasi Shopee pada masa pandemi *Covid-19*.
2. Pengaruh variabel *Effort Expectancy* (X2) terhadap *Behavioral Intention*
Berdasarkan hasil uji T diatas, dapat diketahui nilai signifikannya yaitu $0,014 < 0,05$ dan nilai tHitung dan tTabel adalah $2,490 > 1,985$, maka dapat disimpulkan bahwa

hipotesis variabel *Effort Expectancy* (X2) berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* pada penggunaan aplikasi Shopee pada masa pandemi *Covid-19*.

3. Pengaruh variabel *Social Influence* (X3) terhadap *Behavioral Intention*

Berdasarkan hasil uji T diatas, dapat diketahui nilai signifikannya yaitu $0,728 < 0,05$ dan nilai tHitung dan tTabel adalah $0,349 > 1,985$, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis variabel *Social Influence* (X3) tidak berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* pada penggunaan aplikasi Shopee pada masa pandemi *Covid-19*.

4. Pengaruh variabel *Facilitating Condition* (X4) terhadap *Behavioral Intention*

Berdasarkan hasil uji T diatas, dapat diketahui nilai signifikannya yaitu $0,016 < 0,05$ dan nilai tHitung dan tTabel adalah $2,450 > 1,985$, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis variabel *Facilitating Condition* (X4) berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* pada penggunaan aplikasi Shopee pada masa pandemi *Covid-19*.

3.3.2 Hasil Uji F (Simultan)

Di bawah ini adalah hasil uji F:

Tabel 3. Hasil uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	325.710	4	81.427	163.438	.000 ^b
	Residual	47.330	95	.498		
	Total	373.040	99			

a. Dependent Variable: Behavioral Intentions

b. Predictors: (Constant), Facilitating condition, Effort expectancy, Performance expectancy, Social influence

Sumber: data primer yang diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 3 di atas, diketahui nilai signifikansi adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai tHitung dan tTabel adalah $163,438 > 2,47$, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama (simultan) variabel *performance expectancy* (X₁), *effort expectancy* (X₂), *social influence* (X₃), dan *facilitating condition* (X₄) berpengaruh terhadap terhadap variabel *behavioral intention* (Y) aplikasi Shopee pada masa pandemi *Covid-19*.

3.4 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Berikut adalah hasil analisis regresi linear berganda yang telah dilakukan:

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-.243	1.298		-.187	.852
	Performance expectancy	.275	.054	.469	5.080	.000
	Effort expectancy	.169	.068	.227	2.490	.014
	Social influence	.021	.061	.056	.349	.728
	Facilitating condition	.152	.062	.257	2.450	.016

a. Dependent Variable: Behavioral Intentions

Sumber: data primer yang diolah (2021)

Berdasarkan hasil regresi linear berganda di atas, dapat diketahui hasil sebagaimana pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Pengujian Hipotesis

	Hipotesis	Hasil
H ₁	<i>Performance expectancy</i> memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja dari aplikasi Shopee di masa Pandemi Covid-19.	<i>Diterima</i>
H ₂	<i>Effort expectancy</i> memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat kemudahan dalam menggunakan aplikasi Shopee di masa Pandemi Covid-19.	<i>Diterima</i>
H ₃	<i>Social influence</i> memiliki pengaruh yang negatif dan tidak signifikan terhadap niat untuk menggunakan aplikasi Shopee di masa Pandemi Covid-19.	<i>Ditolak</i>
H ₄	<i>Facilitating condition</i> memiliki pengaruh terhadap <i>Behavioral intentions</i> pada kondisi yang baik dalam fasilitas yang dimiliki aplikasi Shopee di masa Pandemi Covid-19.	<i>Diterima</i>

4. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Sebagian besar responden menyatakan sangat setuju dan setuju terhadap seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian, yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, dan *behavioral intention* dalam

- kaitannya dengan penggunaan Aplikasi Shopee pada masa Pandemi Covid-19.
2. Secara sendiri-sendiri (partial) variabel *performance expectancy* (X_1), *effort expectancy* (X_2), dan *facilitating condition* (X_4) berpengaruh terhadap terhadap variabel *behavioral intention* (Y) aplikasi Shopee pada masa pandemi *Covid-19*. Sementara variabel *social influence* (X_3) tidak berpengaruh terhadap terhadap variabel *behavioral intention* (Y) aplikasi Shopee pada masa pandemi *Covid-19*.
 3. Secara bersama-sama (simultan) variabel *performance expectancy* (X_1), *effort expectancy* (X_2), *social influence* (X_3), dan *facilitating condition* (X_4) berpengaruh terhadap terhadap variabel *behavioral intention* (Y) aplikasi Shopee pada masa pandemi *Covid-19*.

Daftar Pustaka

- [1] S. Sumadi, (2020), “Menakar Dampak Fenomena Pandemi Covid-19 Terhadap Perbankan Syariah,” *J. Huk. Ekon. Syariah*, **1**, 145. doi: 10.30595/jhes.v0i1.8761.
- [2] Andhika Prasetia, (2020), “2 Orang Positif Virus Corona di Indonesia Sudah di RS,” *DetikNews*. **1**.
- [3] Y. Imandiar, (2020), “Masa Pandemi, Transaksi Shopee di Q2-2020 Naik hingga 130%,” *Selasa, 01 September*.
- [4] V. Venkatesh, M. G. Morris, G. B. Davis, and F. D. Davis, (2003), “User acceptance of information technology: Toward a unified view,” *MIS Q.*, **27(30)**, 425–478. doi: <https://doi.org/10.2307/30036540>.
- [5] D. Y. Prasetyo and Program, (2017), “Penerapan Metode UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) Dalam Memahami Penerimaan dan Penggunaan Website KKN LPPM UNISI,” *J. Sist.*, **6(2)**, 26–34.
- [6] I. Mahendra, (2016), “Analisa Penerimaan Sistem Enterprize Resurce Planing (ERP) Pada PT GBS Megguakan Unified Theory of Acceptance and Use of Techologi (UTAUT),” *J. Pilar Nusa Mandiri*, **8(2)**, 190–200.
- [7] L. F. S. Putri and I. Mahendra, (2017), “Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Dan Penggunaan Aplikasi Go-Jek Menggunakan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT),” *J. Pilar Nusa Mandiri*, **13(1)**, 136–144.
- [8] L. Purwianti and K. Tio, (2017), “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Behavioural Intention,” *J. Manaj. Maranatha*, **17(1)**, 15. doi: 10.28932/jmm.v17i1.415.