

Faktor Penentu Minat Penggunaan *E-Commerce* Shopee Dalam Pembelian *Online* Menggunakan Metode *Technology Acceptance Model* (TAM)

Bustomi Septianto¹, Rissa Nurfitriana Handayani²

¹Program Studi Teknik Informatika, Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya

²Program Studi Sistem Informasi, Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya

e-mail: ¹bustomiseptianto@gmail.com, ²rissa@ars.ac.id

Abstrak

E-commerce suatu *marketplace* yang dipakai selaku sarana transaksi komersial yang melingkarkan pertukaran nilai dilaksanakan pada media teknologi internet oleh tiap individual atau organisasi. Salah satu yang tercantum pada *e-commerce* yang di mana pada situasi ini marak dipakai masyarakat Indonesia ialah aplikasi Shopee. Shopee ialah *marketplace* di bidang *e-commerce* yang saat ini sedang bertumbuh di Indonesia. Minat pada shopee tercipta sesudah didapat informasi terkait objek atau keinginan, disertai dengan keterkaitan perasaan terarah pada objek perilaku tertentu, dan tercipta oleh lingkungan. Secara teoritis dan praktis *Technology Acceptance Model* (TAM) ialah model yang dipandang paling benar dalam memaparkan bagaimana pemakai menyetujui suatu sistem. Penelitian ini menggunakan metode *Technology Acceptance Model* (TAM) ialah teori yang merekomendasikan landasan guna mengkaji dan mengerti sikap pengguna. Maksud dilaksanakannya penelitian ini ialah guna menemukan dampak persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease Of Use* (*PeoU*), lalu persepsi kemanfaatan (*Perceived of Usefulness* (*PoU*) dan persepsi keamanan (*Perceived Security*) dalam menggunakan aplikasi *E-Commerce Shopee*. Metode penelitian ini memakai metode kuantitatif yang dimana data yang akan dipakai sifatnya ialah data primer. Data primer penelitian didapatkan lewat responden yang mengisi kuesioner dengan memakai skala likert. Pengolahan dan analisis data dilakukan memakai metode *Partial Least Square - Structural Equal Modeling* (PLS-SEM) dengan software SmartPLS. Hasil penelitian ini memaparkan jika Persepsi Manfaat (*Perceived Ssefulness*) berakibat positif dan signifikan pada Penggunaan *E-Commerce Shopee*. Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*) berakibat positif dan signifikan pada Penggunaan *E-Commerce Shopee*. Persepsi Keamanan (*Perceived Security*) berakibat positif dan signifikan pada Penggunaan *E-Commerce Shopee*.

Kata kunci—Minat, *E-Commerce*, Shopee, TAM

Abstract

E-commerce a *marketplace* that is used as a place for commercial transactions involving the exchange of value carried out on internet technology media by each individual or organization. One of the things included in *e-commerce* which is currently widely used by Indonesian people is the Shopee application. Shopee is a *marketplace* in the *e-commerce* sector that is currently developing in Indonesia. Interest in Shopee is formed after obtaining information about the object or desire, accompanied by the involvement of feelings directed towards certain objects of activity, and is formed by the environment. Theoretically and practically, the *Technology Acceptance Model* (TAM) is the model that is viewed as the most fitting in making sense of how clients acknowledge a framework. This research uses the *Technology Acceptance Model* (TAM) method, a theory that offers a basis for studying and understanding user behavior. The purpose of this research is to determine the influence of

perceived ease of use (PeoU), perceived usefulness (PoU) and perceived security (Perceived Security) in using the Shopee E-Commerce application. This exploration strategy utilizes quantitative techniques. where the information that will be utilized is essential information. Primary research data was obtained through respondents who filled out questionnaires using a Likert scale. Data processing and analysis was carried out using the Partial Least Square - Structural Equal Modeling (PLS-SEM) method with SmartPLS software. Research results This shows that Perceived Benefits (Perceived Ssefulness) has a positive and significant effect on the Use of Shopee E-Commerce. Perceived Ease of Use (Perceived Ease of Use) has a positive and significant effect on the Use of Shopee E-Commerce. Perceived Security has a positive and significant effect on Use of Shopee E-Commerce.

Keywords— Interest, E-Commerce, Shopee, TAM

Corresponding Author:

Rissa Nurfitriana Handayani,

Email: rissa@ars.ac.id

1. PENDAHULUAN

E-Commerce kini sudah berganti jadi suatu pola, karakteristik penggunaan yang sangat tinggi. Dari pernyataan sebelumnya, berdasar pada kajian yang dipimpin oleh Focal Measurements Organization, ternyata klien bisnis online akhir-akhir ini cepat terisi, dan bisnis internet juga sungguh bermanfaat dalam berlaku pada perkembangan keuangan di Indonesia. Dengan bisnis berbasis web dimungkinkan untuk melakukan proses pertukaran bisnis dalam jumlah besar secara efektif dan tanpa memakan banyak waktu (Anthony dan Sama, 2021). Bisnis online yang saat ini marak dimanfaatkan oleh masyarakat Indonesia ialah aplikasi *Shopee*. *Shopee* ialah pusat komersial bisnis online yang kini berkembang di Indonesia. *Shopee* memberikan proposal bermanfaat kepada kliennya untuk mendapatkan penawaran online. Dengan keringanan yang dihadirkan oleh *shopee* ini juga menawarkan gratis ongkos kirim, *flahsale*, teknik cicilan, *cashback*, kupon, dan lain sebagainya. Bahkan bisa menarik minat belanja klien guna memilih *Shopee* selaku aplikasi belanja pilihan (Hindepeya, 2023).

Shopee lebih baik karena pilihan produknya yang lebih memukau dan kontribusi harga yang lebih besar. Lalu, *Shopee* juga terus mencukupi panggung dengan fitur-fitur yang menambah *time spent* dan komitmen dalam penerapannya hingga menjadikannya daya tarik yang luar biasa bagi para kliennya. Dilihat dari orientasi dan kategori usia, 77% perempuan menyatakan memutuskan berbelanja online di *Shopee*, tetapi angka tersebut belum setara dengan laki-laki yang melibatkan angka 52% (Snapchart, 2020). Selain itu, hal ini menunjukkan jika wanita berbelanja online, namun pelanggan pria juga sudah mulai berbelanja online. Hal ini telah menyebabkan perubahan sosial dimana keinginan berbelanja biasanya dilaksanakan oleh perempuan, tetapi saat ini laki-laki hampir kewalahan saat berbelanja online.

Menurut Darmadi (2017), “minat” mengacu pada perhatian yang mencakup unsur perasaan dan dikaitkan dengan perasaan senang atau tidak senang. Dengan cara ini, minat benar-benar menentukan disposisi yang mendorong seseorang untuk bersikap dinamis pada sebuah tugas atau keadaan atau, secara menyeluruh, minat bisa jadi alasan atau variabel persuasif guna sebuah tindakan. Menurut Rahmat (2018), minat ialah kondisi dimana seseorang memusatkan perhatian pada sebuah yang diikuti dengan kerinduan guna menyadari, mempunyai, belajar dan menjumpai. Ketertarikan terhadap *Shopee* terbentuk setelah diperolehnya data mengenai barang atau kebutuhan, disertai dengan asosiasi sentimen yang terkoordinasi terhadap objek tindakan tertentu, dan dibentuk oleh iklim.

Di antara beberapa pertanyaan yang diajukan, para ilmuwan perlu memahami elemen apa saja yang memengaruhi pengakuan klien terhadap aplikasi *Shopee*. Secara hipotetis dan esensial, *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah model yang secara umum dipandang cocok untuk memahami bagaimana klien mengakui suatu kerangka kerja. Eksplorasi ini

memakai teknik *Technology Acceptance Model* (TAM), suatu hipotesis yang menawarkan alasan guna mengkaji dan memahami cara berperilaku klien inovasi dalam menoleransi dan memanfaatkan inovasi yang diiklankan. Berdasar pada keyakinan, sikap, niat, dan kaitan perilaku pemakai teknologi, model ini dikembangkan dari teori psikologi (Hidayat & Canta, 2022). Premis masuk akal yang dihadirkan oleh model TAM ialah persepsi kemanfaatan (*perceived of usefulness (PoU)*), persepsi keamanan (*perceived security*), serta persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease Of Use (PeoU)*),

Indarsin dan Ali (2017) mengemukakan, *Perceived Ease Of Use* ialah tingkat keseriusan individu jika memanfaatkan inovasi akan mengurangi pengeluaran tenaga yang berlebihan. Seperti yang ditunjukkan oleh Cudjoe (2015), *Perceived Ease Of Use* ialah posisi dimana seorang menerima jika memanfaatkan inovasi atau kerangka kerja tertentu akan mudah. Tojib dan Tsarenko (2012) memaparkan, *Perceived Ease Of Use* ialah akomodasi yang berhubungan dengan bisnis dan kenyamanan pemakai atas kemajuan tertentu. Menurut Alalwan (2016), *Perceived of Usefulness* ialah seseorang yang menerima jika dengan memanfaatkan kemajuan atau perkembangan tertentu akan semakin menambah kinerja pekerjaannya. Seperti yang diungkapkan oleh Indarsin dan Ali (2017), *Perceived of Usefulness* ialah kecenderungan individu guna memanfaatkan sebuah inovasi dan menerima jika inovasi tersebut akan membantu mereka untuk berkembang. *Perceived of Usefulness* sebagaimana didefinisikan oleh Chawla dan Joshi (2019), ialah keyakinan jika sebuah teknologi akan menambah kinerja pengguna. Menurut Arpaci (2015), *perceived security* adalah tingkat kepastian yang dimiliki seseorang terhadap keamanan inovasi yang digunakan untuk mengkomunikasikan data sensitif seperti informasi pembeli dan informasi pertukaran moneter. Seperti yang ditunjukkan oleh Francisco (2016) pemahaman jika *perceived security* selalu dihubungkan dengan akibat buruk yang bisa jadi dialami konsumen jika mereka ingin memakai sebuah sistem. Jika tingkat keamanan dianggap sangat rendah, pembeli tidak boleh ikut serta pada kerangka pertukaran (Zulfahmi et al., 2019).

Berdasar pada penelitian yang dilaksanakan oleh Farrasari dan Amaliah (2023), hasil uji spekulasi eksplorasi menunjukkan tidak ada dampak yang pasti dan besar antara variabel TAM pada minat beli masyarakat kota Bandung untuk berbelanja di situs bisnis berbasis *e-Commerce*. Penelitian yang dilaksanakan oleh Nurzanah dan Sosianika (2019) Hasilnya menampilkan jika perkembangan transaksi secara fundamental berdampak pada minat beli, namun salah satu bagian dari TAM, khususnya melihat kegunaan, tidak terlalu berdampak pada minat beli. *Perceived usefulness* (84,55%), *Perceived ease to use* (85,73%), *Attitude toward using* (83,17%), *Behaviour intention to use* (80,98%), *Trust* (81,14%), ialah sikap pengguna *Shopee* yang masuk pada kategori yang sungguh bagus lewat penelitian oleh Anry et al., (2023).

Maksud dilaksanakannya penelitian ini ialah guna menemukan dampak persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease Of Use (PeoU)*), persepsi kemanfaatan (*Perceived of Usefulness (PoU)*) serta persepsi keamanan (*perceived security*) dalam memakai aplikasi *E-Commerce Shopee*, Langkah penting pada penelitian ini ialah menumbuhkan dasar teoritis, juga secara empiris mengkonfirmasi model penerimaan teknologi (TAM). Pembeneran di balik penggunaan strategi TAM secara eksplisit dikembangkan untuk membedah keinginan klien untuk mengakui dan melibatkan kemajuan atau media baru sehubungan dengan kerangka data dewan. Berdasar pada penjelasan diatas tersebut, jadi maksud dalam penelitian ini ialah guna menemukan dampak persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease Of Use (PeoU)*), persepsi kemanfaatan (*Perceived of Usefulness (PoU)*) serta persepsi keamanan (*Perceived Security*) saat memakai aplikasi *E-Commerce Shopee*.

2. METODE PENELITIAN

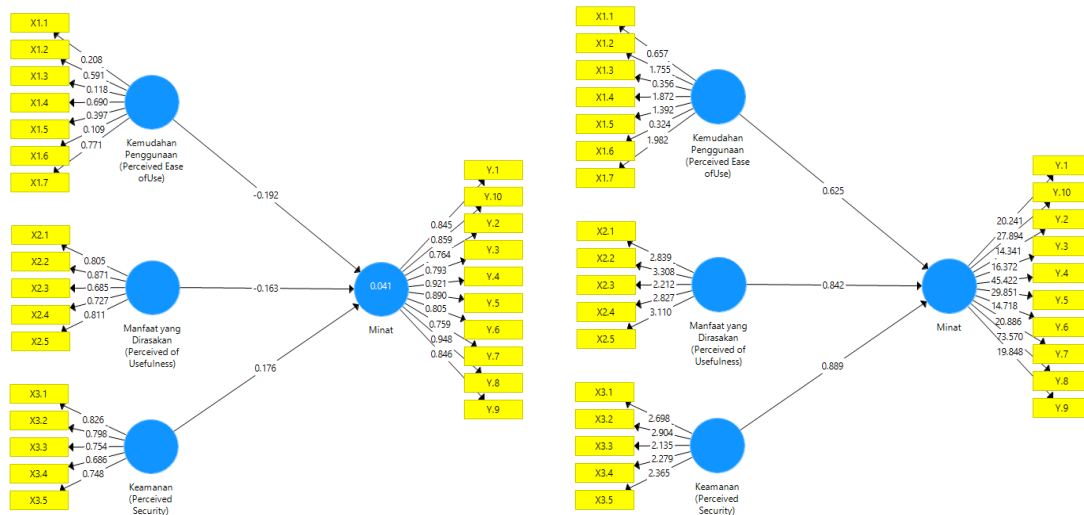
Metode penelitian ini memakai metode kuantitatif dimana data yang akan dipakai sifatnya ialah data primer. Komunitas pada penelitian ini yakni pengguna aplikasi *E-Commerce*

Shopee. Jumlah komunitas ini sebesar 280 pengguna aplikasi *E-Commerce Shopee*, sedangkan sampel pada penelitian ini berjumlah 165 responden. Data primer penelitian diperoleh melalui responden yang mengisi kuesioner dengan memakai skala likert. Pengolahan dan analisis data dilaksanakan memakai metode *Partial Least Square - Structural Equal Modeling (PLS-SEM)* memakai software SmartPLS.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Convergent Validity

Tidak ditentukan dengan melihat legitimasi atau ukuran gabungan dari pengukur contoh pertama atau penumpukan elemen untuk setiap konstruk mengingat hubungan antara penunjuk dan pengembangan yang dinilai menggunakan pemrograman PLS. Indikator dengan nilai loading yang rendah menampilkan jika indikator itu tidak berjalan pada model pengukurannya. Jika suatu indikator memiliki nilai pemuatan yang rendah, berarti model pengukuran tidak berfungsi dengan baik. Oleh karena itu, harga penumpukan komponen rata-rata lebih besar dari 0,70, dan itu berarti tinggi, dan nilai fluktuasi rata-rata yang dipisahkan harus lebih besar dari 0,5. Hasil *output* dari *Smart PLS* guna *Outer Loading* seperti gambar berikut:



Dari hasil output diatas, telah ditemukan jika indikator variabel yang mempunyai *Outer Loading* lebih dari 0,70 sehingga indikator dikatakan valid, Sedangkan nilai dibawah 0,70 indikator dengan nilai *loading* yang rendah menampilkan jika indikator itu tidak berjalan pada model pengukurannya.

3.2 Discriminant Validity

Memeriksa validitas diskriminan telah dianggap sebagai langkah yang diperlukan sebelum memeriksa hubungan antara variabel laten. Kriteria *Fornell-Larcker* dan pemeriksaan cross-loading ialah dua metode paling populer untuk menilai validitas diskriminan saat menganalisis persamaan struktural berdasarkan varians, seperti kuadrat terkecil parsial. Derajat perbedaan suatu indikator yang digunakan untuk mengukur suatu konsep instrumen dikenal sebagai validitas diskriminan. *Cross-loading*, yang membandingkan koefisien korelasi indikator dengan konstruk yang terkait (*crossloading*) dengan koefisien korelasi dengan konstruk lainnya, dapat digunakan untuk mengevaluasi validitas diskriminan (memuat silang). Nilai konstruk korelasi indikator harus lebih tinggi dari nilai konstruk penghubung dan lebih rendah dari semua konstruk lainnya. Jika dibandingkan dengan konstruk lainnya, nilai yang lebih besar ini menampilkan bahwa sebuah indikator lebih tepat guna memaparkan konstruk asosiasi (Henseler, 2014), sebagai berikut:

	Keamanan (<i>Perceived Security</i>)	Kemudahan Penggunaan (<i>Perceived Ease of Use</i>)	Manfaat yang Dirasakan (<i>Perceived of Usefulness</i>)	Minat
Keamanan (<i>Perceived Security</i>)	0.764			
Kemudahan Penggunaan (<i>Perceived Ease of Use</i>)	0.490	0.485		
Manfaat yang Dirasakan (<i>Perceived of Usefulness</i>)	0.920	0.511	0.782	
Minat	-0.069	-0.189	-0.100	0.845

Berdasarkan temuan tabel, nilai *loading* setiap item indikator pada *build* lebih tinggi dari nilai *cross loading*-nya. Oleh karena itu, cenderung diasumsikan bahwa setiap faktor yang berkembang atau tidak aktif memiliki legitimasi diskriminan yang besar, di mana dalam blok tersebut penanda pembangunan lebih unggul daripada penunjuk blok berikutnya.

3.3 Composite Reliability

Pengujian *Outer Model* atau *Measurement Model* selain dihitung memakai *discriminant validity* dan *convergent validity* juga bisa dilaksanakan memakai meninjau reliabilitas konstruk atau variable laten yang dihitung dengan menggunakan nilai *composite reliability*. Konstruk dikatakan reliabel kalau *composite reliability* memiliki nilai $> 0,7$ jadi konstruk akan dikatakan reliabel. Dari hasil output SmartPLS pada Table 4.2 nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* diposisi diatas 0,7. Dengan hasil yang diperoleh itu, keseluruhan konstruk mendapat reliabilitas yang baik selaras dengan penentu nilai minimum yang sudah diperintahkan, sebagai berikut:

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>rho_A</i>	<i>Composite Reliability</i>	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
Keamanan (<i>Perceived Security</i>)	0.821	0.826	0.875	0.583
Kemudahan Penggunaan (<i>Perceived Ease of Use</i>)	0.843	-0.133	0.608	0.235
Manfaat yang Dirasakan (<i>Perceived of Usefulness</i>)	0.843	0.859	0.887	0.612
Minat	0.955	0.959	0.961	0.714

Berdasar pada diatas jika hasil pengujian *composite reliability* menampilkan nilai > 0.6 , yang artinya pada variabel mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* sebesar $1.000 > 0.6$ yang maknanya variabel dinyatakan reliabel.

3.4 R Square

Analisis R^2 yakni guna menemukan seberapa besar dampak *variable independent* pada *variable dependen* yang diteliti. Table berikut menunjukkan nilai R^2 :

	R Square	R Square Adjusted
Minat	0.996	0.996

Berdasar pada nilai R^2 pada tabel, diperoleh nilai R^2 yaitu Y (Minat) sebesar 0.996 yang diartikan bahwa variable Keamanan (*Perceived Security*), persepsi Penggunaan (*Perceived Ease of Use*), serta persepsi yang Dirasakan (*Perceived of Usefulness*) berdampak pada Minat sebesar 99.6%, Level R^2 Pada rentang nilai dari 0 hingga 1, dengan level yang lebih tinggi menampilkan keakuratan yang lebih prediktif.

3.5 F Square

Effect size (F-square) guna menemukan kebaikan model. Interpretasi nilai *f square* yakni 0,02 mempunyai dampak kecil; 0,15 mempunyai dampak moderat dan 0,35 mempunyai dampak besar pada tingkat struktural (Ghozali, 2021). Sebagai beriku:

	Keamanan (<i>Perceived Security</i>)	Kemudahan Penggunaan (<i>Perceived Ease of Use</i>)	Manfaat yang Dirasakan (<i>Perceived of Usefulness</i>)	Minat
Keamanan (<i>Perceived Security</i>)				0.005
Kemudahan Penggunaan (<i>Perceived Ease of Use</i>)				0.028
Manfaat yang Dirasakan (<i>Perceived of Usefulness</i>)				0.004
Minat				

Berdasar pada nilai *f-square* pada tabel diatas, Keamanan (*Perceived Security*) memiliki dampak kecil terhadap Minat sebesar 0.005. Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*) mendapat dampak besar pada Minat sebesar 0.028. Manfaat yang Dirasakan (*Perceived of Usefulness*) mempunya dampak kecil pada Minat sebesar 0.004.

3.6 Hipotesis

Berdasar pada engolahan data yang sduah dilaksanakan, hasilnya bisa dipakai guna merespon hipotesis pada penelitian ini. Penelitian ini melaksanakan uji hipotesis yang dilaksanakan dengan meninjau nilai *T-Statistics* dan nilai *P-Value*. Hipotesis penelitian bisa dikatakan disetujui kalau nilai *P-Value* < 0,05, dan kalau nilai *P-Value* > 0,05 bisa dikatakan ditolak, adapun *Estimate for Path Coefficients* ialah nilai koefisien jalur atau besarnya kaitan/dampak konstruk laten yang dilaksanakan dengan prosedur *Bootstrapping*. Berikut adalah hasil uji t-statistik:

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Values</i>
Keamanan (<i>Perceived Security</i>) -> Minat	0.455	0.453	0.022	20.820	0.000
Kemudahan Penggunaan (<i>Perceived Ease of Use</i>)-> Minat	0.071	0.071	0.015	4.589	0.000
Manfaat yang Dirasakan (<i>Perceived of Usefulness</i>) -> Minat	0.501	0.502	0.014	36.753	0.000

Nilai t-statistik dari Keamanan (*Perceived Security*) pada Minat dengan nilai P-value $0.000 < 0.05$. Mampu disimpulkan kalau Keamanan (*Perceived Security*) mempunyai bersampak positif dan signifikan pada Minat. Nilai t-statistik dari Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease*

of Use) pada Minat dengan nilai P-value $0.000 < 0.05$. Mampu disimpulkan kalau Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*) berdampak pada Minat. Nilai t-statistik dari Manfaat yang Dirasakan (*Perceived of Usefulness*) pada Minat dengan nilai P-value $0.000 < 0.05$. Mampu disimpulkan kalau Manfaat yang Dirasakan (*Perceived of Usefulness*) mempunyai berdampak positif dan signifikan terhadap Minat.

3.7 Pembahasan

1. Persepsi Kemanfaatam (*Perceived Usefulness*) Terhadap Minat Pada *E-Commerce Shopee*

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah didapatkan jika nilai t-statistik dari Manfaat yang Dirasakan (*Perceived of Usefulness*) pada Minat dengan nilai P-value $0.000 < 0.05$. Lalu bisa disimpulkan kalau Manfaat yang Dirasakan (*Perceived of Usefulness*) mendapat akibat positif dan signifikan pada Minat. Penelitian ini senada bersama penelitian yang dilaksanakan oleh penelitian Sari (2016) yang menyatakan jika persepsi fungsi mendapat dampak positif pada minat penggunaan. Penelitian Saraswati dan Purnamasari (2020) yang membagikan jika ada dampak positif dan signifikan persepsi fungsi pada minat menggunakan. Sedangkan penelitian oleh Ernawati et al., (2020) menampilkan jika variabel persepsi manfaat berdampak signifikan pada minat penggunaan. dalam penelitian Saraswati & Rahyuda (2021) menampilkan jika bahwa persepsi kemanfaatan berdampak positif dan signifikan pada niat penggunaan.

2. Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*) Terhadap Minat Pada *E-Commerce Shopee*

Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapatkan jika nilai t-statistik dari Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*) pada Minat dengan nilai P-value $0.000 < 0.05$. Lalu bisa disimpulkan kalau Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*) mempunyai berdampak pada Minat. Penelitian ini selaras dengan penelitian Buabeng et al., (2018) dan Moslehpour et al., (2018). Dalam penelitian sebelumnya ditemukan bahwa kemudahan pemakai mempengaruhi niat menggunakan. Artinya niat menggunakan *E-Commerce Shopee* dipengaruhi oleh kemudahan yang dirasakan ketika responden memakai *E-Commerce Shopee*. Sedangkan penelitian Mimba et al., (2016) serta Wardhana et al., (2016) mendapatkan jika variabel persepsi kemudahan mempunyai dampak yang signifikan pada minat penggunaan. Penelitian yang dilaksanakan oleh Muliadi & Japarianto (2020) dan Sumarna & Manik (2019) juga menampilkan jika persepsi kemudahan penggunaan berdampak positif dan signifikan pada persepsi minat kegunaan.

3. Persepsi Keamanan (*Perceived Security*) Terhadap Minat Pada *E-Commerce Shopee*

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah didapatkan bahwa nilai t-statistik dari Keamanan (*Perceived Security*) pada Minat dengan nilai P-value $0.000 < 0.05$. Lalu bisa disimpulkan kalau Keamanan (*Perceived Security*) mempunyai berdampak positif dan signifikan pada Minat. Sesuai dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Fahmi & Evanita (2019) menghasilkan keamanan (*perceived security*) berdampak positif dan signifikan pada minat penggunaan. Yang dilaksanakan oleh Handojono & Leiwakabessy (2021) menghasilkan keamanan (*perceived security*) berdampak positif pada minat penggunaan. Yang dilaksanakan oleh Robaniyah & Kurnianingsih (2021) juga menampilkan jika keamanan (*perceived security*) ber positif dan signifikan pada minat menggunakan.

4. KESIMPULAN

Berdasar pada dari hasil pengujian penelitian berjudul faktor pasti minat pemakaian *E-Commerce Shopee* pada pembelian online yang sudah dipaparkan pada bab sebelumnya, bisa kesimpulan jika Persepsi Manfaat (*perceived usefulness*) berdampak positif dan signifikan pada Pemakaian *E-Commerce Shopee*. Hasil ini menampilkan jika ada kaitan langsung antara

Persepsi Manfaat yang dialami dengan Pemakaian *E-Commerce Shopee*. Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*) berdampak positif dan signifikan pada Pemakaian *E-Commerce Shopee*. Hasil itu menampilkan adanya dampak yang sejalan antara Persepsi Kemudahan dengan Pemakaian *E-Commerce Shopee*. Persepsi Keamanan (*Perceived Security*) berdampak positif dan signifikan pada Pemakaian *E-Commerce Shopee*. Hasil tersebut menampilkan adanya dampak yang searah antara Persepsi Keamanan dengan Pemakaian *E-Commerce Shopee*.

Penelitian ini menghadirkan gambaran terkait faktor penentu minat pemakaian *E-Commerce Shopee* dalam pembelian online. Dengan begitu, diharapkan bisa berinovasi dan memberikan *reward* maka akan memberi kepuasan tersendiri pada pelanggan. *E-Commerce Shopee* bisa menghadirkan jaminan keamanan sehingga lebih nyaman pengguna *E-Commerce Shopee* saat bertransaksi. Diharapkan supaya peneliti selanjutnya menaikkan variabel dan pertanyaan yang selaras dengan variabel yang sudah dinaikkan pada kuesioner guna memperoleh hasil yang lebih konkrit. Contoh variabel risiko, apa saja risiko yang akan dialami oleh pengguna saat berbelanja *online*, bagaimana dampak variabel risiko pada minat pengguna belanja pada aplikasi *Shopee*.

1 UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada xxx yang telah memberi dukungan **financial** terhadap penelitian ini.

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-mssse/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.