# **ABSTRAK**

Krisna Wijaya, 2020, **Analisis Faktor yang Mempengaruhi *Behavioral Intention* pada *Online Marketplace* Menggunakan Model UTAUT(Studi Kasus: Shopee),** Tugas Akhir, Program Studi Sistem Informasi (S1), STIKI - MALANG, Pembimbing: Dr. Eva Handriyantini, S.Kom, M.MT

**Kata Kunci**: *behavioral intention*, *online marketplace*, *UTAUT*

Sebuah survei yang dilakukan oleh APJII(Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia) pada tahun 2018 menyebutkan bahwa 58,8% pengguna internet di Indonesia mengaku tidak pernah melakukan transaksi di *online marketplace*. Salah satu alasan mengapa masyarakat tidak pernah melakukan transaksi *online* adalah masyarakat belum bisa menggunakan aplikasi *online marketplace*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis faktor apa saja yang mempengaruhi *behavioral intention* pada *online marketplace* khususnya Shopee menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*(UTAUT) yang terdiri dari empat konstruk utama yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* dan *facilitating conditions*. Sampel pada penelitian ini berjumlah 150 responden yang diambil dengan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial, variabel *effort expectancy* dan *facilitating conditions* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention*.

# **ABSTRACT**

Krisna Wijaya, 2020, **Analysis of Factors Affecting Behavioral Intention in Online Marketplace using UTAUT Model (Case Study: Shopee),** Thesis, Department of Information System(S1), STIKI - MALANG, Supervisor: Dr. Eva Handriyantini, S.Kom, M.MT

**Keywords**: *behavioral intention*, *online marketplace*, *UTAUT*

A survey conducted by APJII (Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia) in 2018 stated that 58.8% of internet users in Indonesia claimed to have never made transactions on the online marketplace. One of the reasons why people have never made online transactions is that people have not been able to use the online marketplace application. This research aims to determine and analyze what factors are affecting behavioral intention in online marketplace, especially Shopee, using the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) model which consists of four main constructs, namely performance expectancy, effort expectancy, social influence and facilitating. conditions. The sample in this research amounted to 150 respondents who were taken by purposive sampling technique. The data analysis technique used in this research is multiple linear regression. The results of this research indicate that partially, the variables of effort expectancy and facilitating conditions have a significant effect on behavioral intention.