



**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *BEHAVIOUR*
INTENTION PENGGUNAAN LAYANAN SHOPEEFOOD
MENGUNAKAN *EXTENDED UNIFIED THEORY OF*
ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 2 (UTAUT2)
*MODEL***

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Program Studi Sistem Informasi

Oleh:

Sayidah Rohmatul Hidayah

4612418008

**PROGRAM STUDI SARJANA SISTEM INFORMASI
FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN ALAM
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
SEMARANG, 2023**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi *Behaviour Intention* Penggunaan Layanan ShopeeFood Menggunakan *Extended Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2 (UTAUT2) Model*” yang disusun oleh

Nama : Sayidah Rohmatul Hidayah

NIM : 4612418008

Prodi : Sistem Informasi

telah disetujui oleh dosen pembimbing untuk diajukan ke panitia sidang ujian skripsi Program Studi Sistem Informasi Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Negeri Semarang.

Semarang, 25 Januari 2023

Pembimbing



Subhan, S.Pd., M.Pd., M.Kom.

NIP. 198909042019031014

PENGESAHAN PENGUJI

Skripsi yang berjudul “Analisis Faktor yang Mempengaruhi *Behaviour Intention* Penggunaan Layanan ShopeeFood Menggunakan *Extended Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) Model*” yang disusun oleh



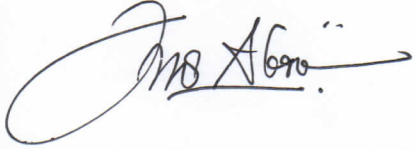


Nama : Sayidah Rohmatul Hidayah

NIM : 4612418008

Prodi : Sistem Informasi

Telah dipertahankan dalam ujian skripsi pada hari Rabu tanggal 1 Februari 2023.

Tim Penguji

Ketua Penguji Dr. Sugianto, M.Si. NIP 196102191993031001	
Sekretaris Dr. Alamsyah, S.Si., M.Kom. NIP 197405172006041001	
Penguji 1 Zaenal Abidin, S.Si., M.Cs., Ph.D. NIP 198205042005011001	
Penguji 2 Devi Ajeng Efrilianda, S.Kom., M.Kom. NIP 199304152019032012	
Penguji 3/Pembimbing Subhan, S.Pd., M.Pd., M.Kom. NIP 198909042019031014	

PERNYATAAN

Skripsi yang berjudul “Analisis Faktor yang Mempengaruhi *Behaviour Intention* Penggunaan Layanan ShopeeFood Menggunakan *Extended Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) Model*” merupakan karya ilmiah asli dan bukan plagiasi dari karya ilmiah orang lain. Pendapat atau temuan orang lain yang dikutip di dalam Skripsi ini telah ditulis berdasarkan kode etik ilmiah.

Semarang, 25 Januari 2023

Yang menyatakan



Sayidah Rohmatul Hidayah
4612418008

MOTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

- Allah selalu menunjukkan jalan bagi mereka yang berusaha keras dan berdoa.
- Berdoa, belajar, dan mencoba adalah cara terbaik mencapai kesuksesan.
- Sebaik-baiknya manusia ialah manusia yang bisa bermanfaat bagi yang lain.
- Setiap apapun keadaan yang kamu alami saat ini, selalu yakin bahwa itu semua adalah pilihan terbaik Allah, dan pasti akan membawa pada kebaikan.
- Jalan yang berliku dan terjal akan mewarnai proses kehidupan dan usaha, seringkali terjatuh karenanya, yang kemudian merasa lelah dan letih, tetapi jika tidak bangun lagi maka ini akan menjadi akhir dari segalanya.

PERSEMBAHAN

- Untuk kedua orang tua saya, yaitu Bapak Hari Suprpto dan Ibu Siti Ngaisah yang senantiasa memberikan dukungan baik itu doa, nasihat, waktu, ataupun materi yang tidak ternilai.
- Untuk diri saya sendiri, yang telah mampu menyelesaikan skripsi ini dengan versi terbaik saya.

ABSTRAK

Hidayah, Sayidah Rohmatul. 2023. Analisis Faktor yang Mempengaruhi *Behaviour Intention* Penggunaan Layanan ShopeeFood Menggunakan *Extended Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) Model*. Skripsi, Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam. Pembimbing Subhan, S.Pd., M.Pd., M.Kom.

Kata Kunci: *Behaviour Intention, Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2, ShopeeFood*

Bisnis kuliner merupakan salah satu bisnis di Indonesia yang banyak diminati karena Indonesia mempunyai banyak sekali ragam kuliner khas daerah sehingga perusahaan membuat strategi bisnis dengan merambah ke *online food delivery* untuk menaikkan penjualan. Tren layanan *online food delivery* berkembang seiring dengan perkembangan layanan internet di Indonesia. ShopeeFood adalah *online food delivery* milik Shopee yang dikembangkan untuk memberikan jawaban praktis atas keinginan masyarakat. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini mengevaluasi tingkat penerimaan layanan ShopeeFood di Indonesia dan menemukan bukti empiris faktor – faktor yang mempengaruhi *behavior intention* penggunaan layanan ShopeeFood menggunakan modifikasi model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2)*. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 291 responden yang merupakan pengguna layanan ShopeeFood dengan usia minimal 17 tahun. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan analisis data menggunakan uji *outer model* dan *inner model* dengan menggunakan tools SmartPLS versi 3. Hasil penelitian ini menunjukkan, pengguna layanan ini didominasi dengan pengguna berjenis kelamin laki-laki dengan kelompok usia 22 tahun hingga 26 tahun. Mayoritas berprofesi sebagai mahasiswa dan karyawan swasta. Tingkat penerimaan layanan ShopeeFood di Indonesia termasuk dalam kategori baik. Hasil penelitian ini ditemukan bahwa 8 variabel *independen* memengaruhi variabel *dependen*, kecuali variabel *hedonic motivation, habit, dan online review* tidak memiliki pengaruh terhadap *behaviour intention* dalam penggunaan layanan ShopeeFood. Penelitian ini memberikan rekomendasi untuk pengembang dan penyedia layanan lebih berfokus kepada kualitas kinerja layanan ShopeeFood karena dari hasil penelitian *performance expectancy* merupakan faktor terbesar yang mempengaruhi niat menggunakan kembali layanan ShopeeFood.

PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah SWT, dengan segala karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Analisis Faktor yang Mempengaruhi *Behaviour Intention* Penggunaan Layanan ShopeeFood Menggunakan *Extended Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) Model*” sebagai salah satu persyaratan dalam menyelesaikan program S1 program studi Sistem Informasi Universitas Negeri Semarang. Sholawat serta salam juga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang kita nantikan syafaatnya di yaumul akhir nanti.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari tidak akan selesai tanpa adanya bimbingan, arahan, serta dukungan dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. S Martono, M.Si., Rektor Universitas Negeri Semarang.
2. Dr. Sugianto, M.Si., Dekan Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam.
3. Dr. Alamsyah, S.Si., M.Kom., Ketua Jurusan Ilmu Komputer Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Negeri Semarang.
4. Endang Sugiharti S.Si., M.Kom., Ketua Prodi Sistem Informasi Jurusan Ilmu Komputer Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Negeri Semarang.
5. Bapak Aji Purwinarko S.Si., M.Cs., sebagai dosen wali yang telah memberikan pengarahan selama masa perkuliahan.
6. Bapak Zaenal Abidin, S.Si., M.Cs., Ph.D., sebagai dosen penguji 1 pada ujian skripsi yang telah berkenan untuk memberikan masukan, arahan, kritik, serta saran dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Ibu Devi Ajeng Efrilianda, S.Kom., M.Kom., sebagai dosen penguji 2 pada ujian skripsi yang telah berkenan untuk memberikan masukan, arahan, kritik, serta saran dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Bapak Subhan, S.Pd., M.Pd., M.Kom., sebagai dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, membantu, membimbing, dan memberikan pengarahan serta saran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Bapak dan Ibu dosen Ilmu Komputer yang telah membimbing serta memberikan ilmu kepada penulis selama masa perkuliahan.

10. Kedua orang tua saya, Bapak Hari Suprpto serta Ibu Siti Ngaisah yang telah memberikan dukungan serta doa restu pada setiap tahap yang saya lalui.
11. Teman dekat penulis selama masa kuliah yaitu Erika Noor Dianti, Oktaria Gina Khoirunnisa, Dwika Ananda Agustina Pertiwi, Tiffany Ovilia Dwi Lestari, Risa Naili Fitriana, Alda Bernika Ifada, Itsna Khoirika, serta Firdausi Nuzula yang telah menemani penulis serta memberikan segala dukungannya.
12. Kepada teman teman Sistem Informasi 2018 yang telah menemani dan memberikan dukungannya.
13. Kepada teman-teman di UKM RIPTEK yang telah menemani dan memberikan dukungannya.
14. Kepada semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan semangat, mendengarkan keluhan serta memberikan masukan hingga skripsi terselesaikannya skripsi ini, penulis mengucapkan terimakasih banyak.
15. Dan tidak lupa pula, saya berterimakasih untuk diri saya sendiri. Terimakasih sudah percaya bahwa tetap bisa menyelesaikan skripsi ini, terimakasih atas semua usahanya hingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada pembaca di masa mendatang.

Semarang, 25 Januari 2023

Penulis,



Sayidah Rohmatul Hidayah
4612418008

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN PENGUJI.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Batasan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.6 Keaslian Penelitian	8
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA.....	14
2.1 Tinjauan Pustaka	14
2.2 Landasan Teori	16
2.2.1 <i>Online Food Delivery</i>	16
2.2.2 <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2</i>	18
2.2.3 Modifikasi Variabel <i>Use Behavior</i> dan Variabel Moderasi.....	20
2.2.4 <i>Partial Least Square-Structural Equation Modelling (PLS-SEM)</i> . 20	
2.2.5 Analisis Deskriptif Variabel.....	23

2.3	Pengembangan Hipotesis	24
2.3.1	<i>Performance Expectancy</i> (PE)	24
2.3.2	<i>Effort Expectancy</i> (EE)	25
2.3.3	<i>Social Influence</i> (SI).....	26
2.3.4	<i>Facilitating Conditions</i> (FC).....	27
2.3.5	<i>Price Value</i> (PV)	28
2.3.6	<i>Hedonic Motivation</i> (HM).....	29
2.3.7	<i>Habit</i> (HT).....	30
2.3.8	<i>Trust</i> (TR)	31
2.3.9	<i>Online Tracking</i> (OT)	33
2.3.10	<i>Online Rating</i> (ORT).....	34
2.3.11	<i>Online Review</i> (OR)	36
BAB 3 METODE PENELITIAN.....		38
3.1	Pendekatan dan Desain Penelitian.....	38
3.2	Lokasi Penelitian	40
3.3	Populasi dan Sampel	40
3.3.1	Populasi	40
3.3.2	Sampel.....	40
3.4	Variabel Penelitian dan Indikator Konstruk	41
3.4.1	Variabel Penelitian	41
3.4.2	Indikator Konstruk	42
3.5	Data dan Sumber Data.....	45
3.5.1	Data Primer	45
3.5.2	Data Sekunder	46
3.6	Teknik Pengumpulan Data	46
3.7	Teknik Keabsahan Data.....	47

3.8	Teknik Analisis Data	47
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....		50
4.1	Hasil Pengumpulan Data	50
4.2	Hasil Analisis Demografis.....	51
4.2.1	Hasil Analisis Demografis Berdasarkan Jenis Kelamin	51
4.2.2	Analisis Demografis Berdasarkan Usia	52
4.2.3	Analisis Demografis Berdasarkan Pendidikan Terakhir	53
4.2.4	Analisis Demografis Berdasarkan Pekerjaan	53
4.2.5	Analisis Demografis Berdasarkan Intensitas Penggunaan Layanan ShopeeFood	54
4.3	Analisis Deskriptif Variabel	54
4.4	Hasil Analisis <i>Measurement Model (Outer Model)</i>	57
4.4.1	Uji <i>Individual Item Reliability</i>	57
4.4.2	Uji <i>Internal Consistency Reliability</i>	60
4.4.3	Uji <i>Convergent Validity</i>	61
4.4.4	Uji <i>Discriminant Validity</i>	62
4.5	Analisis <i>Structural Model (Inner Model)</i>	64
4.5.1	Uji <i>Coefficient of Determination (R²)</i>	64
4.5.2	Uji <i>T-Test</i>	64
4.5.3	Uji <i>Effect Size (f²)</i>	65
4.5.4	Uji <i>Predictive Relevance (Q²)</i>	66
4.5.5	<i>Model Fit</i>	67
4.6	Diskusi dan Interpretasi Hasil Analisis <i>Structural Model (Inner model)</i>	67
4.6.1	Pengaruh <i>Performance Expectancy</i> terhadap <i>Behaviour Intention</i>	67
4.6.2	Pengaruh <i>Effort Expectancy</i> terhadap <i>Behaviour Intention</i>	68
4.6.3	Pengaruh <i>Social Influence</i> terhadap <i>Behaviour Intention</i>	68

4.6.4	Pengaruh <i>Facilitating Conditions</i> terhadap <i>Behaviour Intention</i> ...	68
4.6.5	Pengaruh <i>Price Value</i> terhadap <i>Behaviour Intention</i>	69
4.6.6	Pengaruh <i>Hedonic Motivation</i> terhadap <i>Behaviour Intention</i>	70
4.6.7	Pengaruh <i>Habit</i> terhadap <i>Behaviour Intention</i>	70
4.6.8	Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Behaviour Intention</i>	71
4.6.9	Pengaruh <i>Online Tracking</i> terhadap <i>Behaviour Intention</i>	71
4.6.10	Pengaruh <i>Online Rating</i> terhadap <i>Behaviour Intention</i>	72
4.6.11	Pengaruh <i>Online Review</i> terhadap <i>Behaviour Intention</i>	72
4.7	Evaluasi Hasil dan Rekomendasi Penelitian	73
BAB 5 PENUTUP		76
5.1	Simpulan.....	76
5.2	Saran	77
DAFTAR PUSTAKA		79
LAMPIRAN.....		94

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Keaslian Penelitian.....	9
Tabel 2.1 Interval Kelas Tingkat Penerimaan.....	24
Tabel 3.1 Indikator Konstruk Penelitian	42
Tabel 4.1 Hasil <i>Screening Data</i>	51
Tabel 4.2 Kategori Tingkat Penerimaan	55
Tabel 4.3 Nilai <i>Outer Loading</i>	58
Tabel 4.4 Nilai <i>Outer Loading</i> Setelah Dimodifikasi	59
Tabel 4.5 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	60
Tabel 4.6 Nilai <i>Composite Reliability</i>	61
Tabel 4.7 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	61
Tabel 4.8 Nilai <i>Cross Loading</i>	62
Tabel 4.9 Nilai Fornell-Larcker	63
Tabel 4.10 Hasil Nilai <i>R Squared</i>	64
Tabel 4.11 Hasil Pengujian <i>T Statistics</i>	64
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Effect Size (f²)</i>	66
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>Predictive Relevance</i>	66
Tabel 4.14 Hasil <i>Model Fit</i>	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia (APJII, 2022)	3
Gambar 1.2 Keluhan Pengguna ShopeeFood.....	5
Gambar 2.1 Model UTAUT2 (Venkatesh <i>et al.</i> , 2012)	19
Gambar 2.2 Model konseptual yang diusulkan.....	37
Gambar 3.1 Diagram Proses Penelitian	39
Gambar 4.1 Hasil Demografis Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Gambar 4.2 Hasil Demografis Berdasarkan Usia	52
Gambar 4.3 Hasil Demografis Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	53
Gambar 4.4 Hasil Demografis Berdasarkan Pekerjaan.....	53
Gambar 4.5 Hasil Demografis Berdasarkan Intensitas Penggunaan Layanan ShopeeFood.....	54
Gambar 4.6 Hasil <i>T-Test</i>	65