

**ANALISIS FAKTOR PENERIMAAN APLIKASI
E-COMMERCE TIKTOK SHOP DENGAN METODE
TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)**



HAESSLER TORANG NAPITUPULU

NPM: 191710491

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2024

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Berjudul

ANALISIS FAKTOR PENERIMAAN APLIKASI E-COMMERCE TIKTOK SHOP
DENGAN METODE TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)

yang disusun oleh

Haessler Torang Napitupulu

191710491

dinyatakan telah memenuhi syarat pada tanggal 12 Juli 2024

		Keterangan
Dosen Pembimbing 1	: Prof. Ir. A. Djoko Budiyo SHR., M.Eng., Ph.D.	Telah Menyetujui
Dosen Pembimbing 2	: Yohanes Priadi Wibisono, S.T., M.M.	Telah Menyetujui
Tim Penguji		
Penguji 1	: Prof. Ir. A. Djoko Budiyo SHR., M.Eng., Ph.D.	Telah Menyetujui
Penguji 2	: Dr. Fl. Spty Rahayu, S.T., M.Kom.	Telah Menyetujui
Penguji 3	: Elisabeth Marsella, S.S., M.Li.	Telah Menyetujui

Yogyakarta, 12 Juli 2024

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Teknologi Industri

Dekan

ttd.

Dr. Ir. Parama Kartika Dewa SP., S.T., M.T.

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : HAESSLER TORANG NAPITUPULU
NPM : 191710491
Program Studi : Sistem Informasi
Fakultas : Teknologi Industri
Judul Penelitian : Analisis Faktor Penerimaan Aplikasi
E-Commerce Tiktok Shop dengan Metode *Technology Acceptance Model* (TAM)

Menyatakan dengan ini:

1. Skripsi ini adalah benar merupakan hasil karya sendiri dan tidak merupakan salinan sebagian atau keseluruhan dari karya orang lain.
2. Memberikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta, berupa Hak Bebas Royalti non eksklusif (*Non-Exclusive-Royalty-Free Right*) atas Penelitian ini, dan berhak menyimpan, mengelola dalam pangkalan data, mendistribusikan, serta menampilkan untuk kepentingan akademis, tanpa perlu meminta izin selama tetap mencantumkan nama penulis.
3. Bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum yang mengikuti atas pelanggaran Hak Cipta dalam pembuatan skripsi ini.

Demikianlah pernyataan ini dibua dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 22 Juni 2024
Yang menyatakan,



Haessler Torang Napitupulu
191710491

PRAKATA

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, yang telah membimbing penulis dalam penyelesaian Tugas Akhir berjudul "Analisis Faktor Penerimaan Aplikasi *E-Commerce* Tiktok Shop Dengan Metode *Technology Acceptance Model (TAM)*." Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi Sistem Informasi di Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis telah mendapatkan banyak dukungan, bimbingan, dan dorongan yang sangat berarti selama proses penyusunan tugas akhir ini. Dengan penuh rasa hormat dan terima kasih yang tulus, penulis ingin mengucapkan penghargaan kepada:

1. Tuhan Yang Maha Kuasa karena senantiasa memberikan berkat dan karunia kepada penulis selama proses penulisan Tugas Akhir ini melalui setiap orang yang bertemu oleh penulis.
2. Orang tua tercinta, penulis ucapkan terima kasih yang tidak terhingga. Kalian merupakan sumber inspirasi penulis dan tumpuan harapan penulis. Kasih sayang, doa, dan pengorbanan mereka telah menjadi penyemangat utama bagi penulis hingga saat ini.
3. Bapak Julius Galih Prima Negara, S.Kom., S.A.P., M.Kom selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
4. Bapak Prof. Ir. Djoko Budiyanto SHR A, M.Eng., Ph.D yang dengan sabar dan setia membimbing penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
5. Bapak Yohanes Priadi Wibisono, S.T., M.M. yang dengan penuh ketulusan sudah membantu penulis dalam memberikan arahan dan pandangan dalam mengerjakan Tugas Akhir.
6. Lien Cristian Purba, yang selalu ada dalam suka dan duka, terima kasih atas pengertian, dukungan, dan semangat yang selalu kau berikan. Kehadiranmu memberikan ketenangan dan dorongan yang tak ternilai harganya selama proses penyusunan Tugas Akhir ini.
7. Teman-teman seperjuangan dari Batam, terutama Revaldi, Chandra, Dirga, Stephen, Jefri, Gilber dan Roland, terima kasih atas kebersamaan, dukungan,

canda tawa yang dibagi dan menjadi keluarga kedua. Bersama-sama kita berbagi mimpi dan perjuangan yang membuat proses penyusunan Tugas Akhir ini menjadi lebih menyenangkan dan berarti.

8. Teman-teman dalam tim futsal RNC, yang menjadi tempat dalam menyalurkan hobi dan menjadi tempat pelarian sejenak dari tekanan perkuliahan. Terima kasih atas pengalaman, dukungan, tawa dan kebersamaan yang selalu menguatkan. Kalian yang membuat proses penyusunan Tugas Akhir ini menjadi lebih berwarna.

Terima kasih juga kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah membantu dan memberikan dukungan. Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, dengan tulus, penulis minta maaf atas segala kesalahan yang mungkin terjadi tanpa disengaja dalam penulisan Tugas Akhir ini. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan di masa depan. Sebagai penutup, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Yogyakarta, 22 Juni 2024

Penulis



Haessler Torang Napitupulu

191710491

Intisari

Perkembangan teknologi komunikasi dengan 191 juta pengguna media sosial di Indonesia pada Februari 2022 telah mengubah pola interaksi manusia, termasuk dalam belanja *online*. TikTok Shop, sebagai aplikasi *E-Commerce* yang mengintegrasikan media sosial, mengalami pertumbuhan pesat. Penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan aplikasi TikTok Shop menggunakan metode *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* (TAM). TAM berfokus pada dua elemen utama: persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived ease of use*), yang dianggap krusial dalam menentukan sejauh mana pengguna menerima dan terus menggunakan aplikasi tersebut. Data dikumpulkan melalui survei pengguna TikTok Shop di Indonesia dan dianalisis dengan metode SEM-PLS. Penelitian ini bertujuan memahami faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan berkelanjutan TikTok Shop, dengan batasan pada wilayah Indonesia dan pengguna individu. Temuan ini diharapkan dapat memberikan panduan bagi pengembang *E-Commerce* dalam meningkatkan penerimaan dan retensi pengguna.

Kata kunci: *E-Commerce*, TikTok Shop, TAM, SEM-PLS.

Abstract

The development of communication technology, with 191 million social media users in Indonesia as of February 2022, has transformed human interaction patterns, including online shopping. TikTok Shop, an E-Commerce application integrating social media, has experienced rapid growth. This study analyzes the factors influencing the acceptance of the TikTok Shop application using the TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM). TAM focuses on two main elements: Perceived Usefulness and Perceived ease of use, which are considered crucial in determining the extent to which users accept and continue using the application. Data were collected through surveys of TikTok Shop users in Indonesia and analyzed using the SEM-PLS method. This research aims to understand the factors affecting the acceptance and continued use of TikTok Shop, focusing on the Indonesian region and individual users. The findings are expected to provide guidance for E-Commerce developers in enhancing user acceptance and retention.

Keywords: E-Commerce, TikTok Shop, TAM, SEM-PLS.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	II
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	III
PRAKATA	IV
INTISARI.....	VI
ABSTRACT.....	VII
1.1. LATAR BELAKANG	1
1.2. RUMUSAN MASALAH	3
1.3. PERTANYAAN PENELITIAN.....	3
1.4. TUJUAN PENELITIAN.....	3
1.5. BATASAN MASALAH.....	3
1.6. MANFAAT PENELITIAN.....	3
1.7. BAGAN KETERKAITAN	4
BAB II	5
TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1. STUDI SEBELUMNYA.....	5
2.2. DASAR TEORI.....	9
2.2.1. <i>TikTok</i>	9
2.2.2. <i>TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL(TAM)</i>	10
2.3. PENGEMBANGAN HIPOTESIS	11
2.3.1. <i>Penyusunan Hipotesis</i>	11
2.3.2. <i>Model Penelitian</i>	19
BAB III.....	21
METODOLOGI PENELITIAN.....	21
3.1. TAHAPAN PENELITIAN.....	21
3.1.1. <i>Identifikasi Masalah</i>	22
3.1.2. <i>Studi Literatur</i>	22
3.1.3. <i>Merancang Daftar Pertanyaan untuk Kuesioner</i>	22
3.1.4. <i>Pengumpulan Data Kuisisioner</i>	22
3.1.5. <i>Pengolahan Data Kuesioner</i>	24
3.1.6. <i>Analisis</i>	26
3.1.7. <i>Penyajian Hasil Analisis Kuisisioner</i>	26
BAB IV.....	27
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	27
4.1. DEMOGRAFI RESPONDEN	27
4.1.1. <i>Jenis Kelamin</i>	27
4.1.2. <i>Usia Partisipan</i>	27
4.1.3. <i>Domisili</i>	28
4.1.4. <i>Status Pekerjaan</i>	28

4.1.5.	<i>Frekuensi Penggunaan Aplikasi E-Commerce</i>	28
4.2.	ANALISIS DATA.....	29
4.2.1.	<i>Outer Model</i>	29
4.2.2.	<i>Inner Model</i>	40
4.2.3.	<i>Uji Hipotesis</i>	42
4.2.4.	<i>Interpretasi Hasil Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)</i>	43
4.2.5.	<i>Interpretasi Hasil Evaluasi Model Pengukuran (Inner Model)</i>	43
BAB V	46
KESIMPULAN DAN SARAN	46
5.1.	KESIMPULAN.....	46
5.2.	SARAN.....	46
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Bagan Keterkaitan	4
Gambar 2. 1 <i>Model</i> Usulan	19
Gambar 3. 1 Tahapan Penelitian.....	21
Gambar 4. 1 Diagram Lingkaran Jenis Kelamin Responden.....	27
Gambar 4. 2 Diagram Lingkar Usia Responden	27
Gambar 4. 3 Diagram Lingkar Domisili Responden	28
Gambar 4. 4 Diagram Lingkar Status Pekerjaan responden	28
Gambar 4. 5 Diagram Lingkaran Frekuensi Penggunaan <i>E-Commerce</i>	29
Gambar 4. 6 Pengujian <i>Outer Model</i>	30
Gambar 4. 7 <i>Model</i> Uji <i>Inner Model</i>	40

DATAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	6
Tabel 2. 2 Hipotesis Penelitian.....	14
Tabel 2. 3 Konstruk Penelitian	17
Tabel 2. 4 Demografi.....	18
Tabel 2. 5 Pengertian setiap variabel yang dipakai.....	20
.....	
Tabel 3. 1 <i>Outer Model</i>	25
Tabel 3. 2 <i>Inner Model</i>	26
Tabel 4. 1 Nilai <i>Model Loading</i> Setiap Indikator	31
Tabel 4. 2 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> Setiap Variabel	33
Tabel 4. 3 Hasil <i>Composite Reliability</i> Setiap Variabel.....	33
Tabel 4. 4 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i>	34
Tabel 4. 5 Uji <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	35
Tabel 4. 6 <i>Heterotrait-Monotrait</i> (HTMT).....	36
Tabel 4. 7 Nilai <i>Cross Loading</i> Setiap Indikator	38
Tabel 4. 8 Hasil Uji <i>Collinearity Statistics</i> (VIF).....	39
Tabel 4. 9 Hasil Uji <i>R Square</i>	41
Tabel 4. 10 Hasil <i>Q Square</i>	41
Tabel 4. 11 <i>Output Model Fit</i>	42
Tabel 4. 12 Hasil Uji Hipotesis.....	43