

SKRIPSI

PENGARUH *UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY* (UTAUT) TERHADAP ADOPSI *E-COMMERCE* DIMEDIASI OLEH *TRUST*

(Pada Pengguna *E-commerce* di Yogyakarta)

Hafizh Naufal Zidane

NIM. 141200315

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN

“Veteran” Yogyakarta

141200315@student.upnyk.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* (UTAUT) Terhadap Adopsi *E-Commerce* DIMEDIASI Oleh *Trust*. Teknik pengambilan data yang digunakan *random sampling*. Data yang digunakan adalah data primer dengan memberikan kuesioner kepada responden yang ada di Yogyakarta dalam bentuk Google Form. Teknik analisis data menggunakan Partial Least Square dengan menggunakan software SmartPLS 4 . Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) *Social Influence* berpengaruh positif terhadap perilaku adopsi *e-commerce* pada konsumen di Yogyakarta. (2) *Effort Expectancy* berpengaruh positif terhadap perilaku adopsi *e-commerce* pada konsumen di Yogyakarta. (3) *Performance Expectancy* berpengaruh positif terhadap perilaku adopsi *e-commerce* pada konsumen di Yogyakarta. (4) *Facilitating Conditions* berpengaruh positif terhadap perilaku adopsi *e-commerce* pada konsumen di Yogyakarta. (5) *Trust* berpengaruh positif terhadap perilaku adopsi *e-commerce* pada konsumen di Yogyakarta. (6) *Trust* secara positif memediasi *Social Influence* dan perilaku adopsi *e-commerce* pada konsumen di Yogyakarta. (7) *Trust* secara positif memediasi *Effort Expectancy* dan perilaku adopsi *e-commerce* pada konsumen di Yogyakarta. (8) *Trust* secara positif memediasi *Performance Expectancy* dan perilaku adopsi *e-commerce* pada konsumen di Yogyakarta. (9) *Trust* secara positif memediasi *Facilitating Conditions* dan perilaku adopsi *e-commerce* pada konsumen di Yogyakarta.

Kata kunci: UTAUT, Adopsi *e-commerce*, Kepercayaan