

ABSTRAK

Pada 1 Mei, berita kebocoran data pengguna Tokopedia keluar, dan total 91 juta data pengguna Tokopedia di forum peretas dijual seharga \$5.000. Tokopedia mengatakan dalam siaran resminya bahwa mereka "menemukan upaya untuk mencuri data dari pengguna Tokopedia". Setelah adanya isu atau kasus diatas yang telah disebutkan memberikan pemahaman pentingnya keamanan dalam suatu sistem. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat penerimaan dari fitur aplikasi Tiktok yaitu Tiktok Shop sebagai platform e-commerce dengan pendekatan *Technology Accepted Model* (TAM) dengan menambahkan variabel *security, Perceived privacy, Perceived risk, dan trust* dalam penelitian ini. Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat/pengguna TikTok Shop yang pernah menggunakan/berbelanja melalui TikTok Shop setidaknya satu kali. Teknik analisis data yang digunakan yaitu menggunakan PLS 4.0. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 401 responden dan menggunakan teknik *non-probability sampling* metode *Convenience sampling*. Berdasarkan hasil penelitian yaitu 94% pengguna pernah menggunakan tiktok shop dan faktor yang mempengaruhi tingkat penerimaan tiktok shop dapat dilihat dari nilai *Perceived Usefulness* (PU) terhadap *Behavioral Intention* (BI) 5.557 dan *Behavioral Intention* (BI) terhadap *Actual System Use* (ASU) yang menghasilkan nilai 35.724 tingginya manfaat yang dirasakan pengguna mempengaruhi niat pengguna yang lebih tinggi untuk menggunakan tiktok shop. Pengaruh faktor, *Perceived Privacy* berpengaruh terhadap *trust* dapat diterima bahwa P value memiliki nilai $0.000 < 0.05$ dan memiliki nilai t-statistik $6.835 > 1.96$, *Securitu* berpengaruh terhadap *trust* dapat diterima bahwa bahwa P value memiliki nilai $0.000 < 0.05$ dan memiliki nilai t-statistik $11.370 > 1.96$. *Trust* berpengaruh terhadap *Perceived Risk* dapat diterima bahwa P value memiliki nilai $0.000 < 0.05$ dan memiliki nilai t-statistik $24.655 > 1.96$, *Perceived Risk* berpengaruh terhadap *behavioral intention*. Dapat dilihat bahwa P value memiliki nilai $0.000 < 0.05$ dan memiliki nilai t-statistik $3.726 > 1.96$ terhadap penerimaan tiktokshop berpengaruh positif dan signifikan. Jadi, faktor-faktor berikut mempengaruhi tingkat penerimaan tiktok shop.

Kata Kunci: Faktor Tingkat Penerimaan Pengguna, Tiktok Shop, Metode TAM, *security, Perceived privacy, Perceived risk, dan trust*