ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi yang terjadi saat ini dapat memberikan peluang usaha bagi perusahaan-perusahaan besar, usaha kecil menengah, maupun usaha yang dilakukan oleh individu, ditambah lagi dengan pemakai internet di Indonesia dari tahun ke tahun semakin meningkat telah mengubah pola hidup baru yakni belanja *online*.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli dari konsumen dalam melakukan pembelian produk secara *online* di Lazada Indonesia. Model penelitian yang digunakan adalah *Unified Theory of Acceptance and Understanding of Technology* 2 (UTAUT2) yang terdiri dari beberapa variabel pengukur *Purchase Intention* diantaranya *performance expectancy, effort expectancy, price value, facilitating condition, habit, social influence,* dan *hedonic motivation* serta variabel moderator yaitu *irrationality*.

Metode pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner *online* kepada 247 responden yang pernah melakukan *online shopping.* Dari kuesioner yang disebar, diperoleh 242 kuesioner yang valid. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program SmartPLS 3.0.

Berdasarkan hasil pengolahan data, menunjukkan bahwa dari konstruk penelitian dengan model UTAUT2 *performance expectancy, effort expectancy, social influence, price value* dan *habit* memiliki pengaruh terhadap *purchase intention* di situs belanja *online* Lazada Indonesia. Hubungan moderator *irrationality* memiliki pengaruh signifikan dengan *effort expectancy* dan *irrationality* dengan *facilitating condition.*

Implikasi dari penelitian ini diharapkan agar Lazada Indonesia dapat merancang sistem sedemikian sehingga penggunaan sistem *online shopping* dapat menjadi *trend* di masyarakat. Perusahaan juga perlu meningkatkan kepercayaan konsumen mengenai sistem *online shopping* sebagai tempat yang aman, memberikan kemudahan, memberikan manfaat, memberikan layanan yang dapat diandalkan, dan memberikan produk-produk yang berkualitas, sehingga sistem *online shopping* tetap dapat bertahan dan juga tetap memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Kata Kunci*:* Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2), Minat Beli, Irrasionalitas, Belanja Online