

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh rendahnya tingkat adopsi *E-commerce* oleh pelaku UMKM di Kota Bandung. Berdasarkan pra survei, terdapat kesulitan yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam mengadopsi *E-commerce* salah satunya yaitu kurang memadainya fasilitas yang tersedia. Sektor Fesyen sebagai sektor yang paling menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, dirasa tepat menjadi objek dalam penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor adopsi teknologi apa saja yang menjadi penghambat pelaku UMKM dalam mengadopsi *E-commerce*.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif jenis penelitian deskriptif. Teknik sampling menggunakan teknik nonprobability sampling jumlah responden sebanyak 200 orang. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis jalur SEM-PLS.

Berdasarkan analisis deskriptif, Adopsi *E-commerce* menggunakan UTAUT menunjukkan hasil yang tinggi, akan tetapi terdapat hasil yang rendah pada variabel *Effort Expectancy* dan *Social Influence* yang menunjukkan bahwa pelaku UMKM masih menemukan kesulitan di dalam penggunaan E-commerce.

Hasil yang didapat pada penelitian ini yaitu variabel *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, dan *Social Expectancy* berpengaruh positif signifikan terhadap *Behavioral Intention*. Sementara itu *Behavioral Intention* dan *Facilitating Condition* juga berpengaruh positif signifikan terhadap *Use Behavior*.

Key Word : Adopsi E-commerce, UTAUT, UMKM, SEM-PLS