

# **Pengaruh *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, dan *Facilitating Condition* Terhadap Niat Penggunaan *E-Commerce* Pada Pelaku UMKM di Kota Bandung**

Muhammad Ariya Gustian<sup>1</sup>, Marheni Eka Saputri<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Administrasi Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia,  
ariyagustian@student.telkomuniversity.ac.id

<sup>2</sup> Administrasi Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia,  
marhenieka@telkomuniversity.ac.id

## **Abstract**

The development of information technology has significantly transformed the business world, including through the use of e-commerce by Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). Bandung City, as one of the cities with a high number of MSMEs, holds great potential for digitalizing its business sector. However, the adoption of e-commerce among MSMEs remains relatively low, despite the growing opportunities in the digital market. This study aims to examine the influence of performance expectancy, effort expectancy, social influence, and facilitating conditions on the intention to use e-commerce among MSMEs in Bandung. Using a quantitative approach through a survey of 100 MSME players with simple random sampling technique, the data were analyzed using multiple linear regression with the help of SPSS 27. The results showed that the four variables simultaneously had a significant effect on the intention to use e-commerce. Partially, performance expectancy, effort expectancy, and facilitating conditions have a positive and significant effect, while social influence has a negative but still significant effect. These findings indicate that perceptions of usefulness, ease of use, and supporting infrastructure play a more crucial role in encouraging MSMEs to adopt e-commerce than social influence. This study strengthens the UTAUT model in the context of e-commerce adoption among MSMEs in major Indonesian cities and offers practical insights for MSMEs, government, and e-commerce platforms.

**Keywords:** e-commerce, MSMEs, behavioral intention, UTAUT.

---

## **Abstrak**

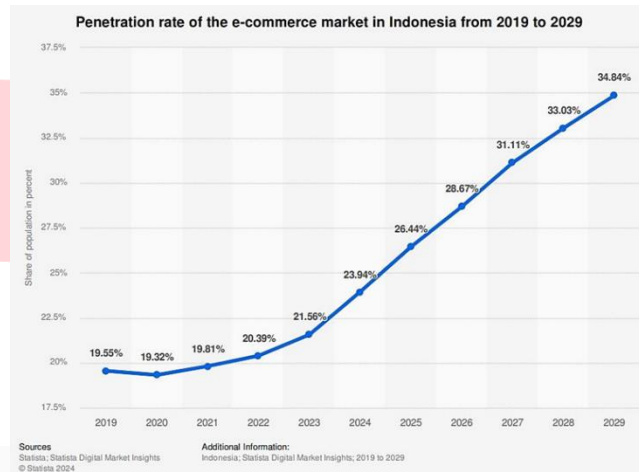
Perkembangan teknologi informasi mendorong pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) supaya dapat memanfaatkan e-commerce, termasuk di Kota Bandung yang memiliki potensi besar dalam digitalisasi usaha. Namun, adopsi e-commerce masih rendah di kalangan UMKM, sehingga diperlukan analisis terhadap faktor-faktor yang memengaruhinya. Studi ini bertujuan guna menguji pengaruh *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating condition* terhadap niat penggunaan e-commerce oleh UMKM di Kota Bandung. Menggunakan pendekatan kuantitatif melalui survei terhadap 100 pelaku UMKM dengan teknik *simple random sampling*, Data yang terkumpul selanjutnya dianalisis memakai regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 27. Hasil penelitian memperlihatkan bahwasanya keempat variabel dengan cara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan. Dengan cara parsial, *performance expectancy*, *effort expectancy*, serta *facilitating condition* berpengaruh positif serta signifikan, sementara *social influence* memberikan pengaruh negatif namun tetap signifikan. Temuan ini memperlihatkan bahwasanya persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, serta ketersediaan infrastruktur lebih menentukan dalam mendorong penggunaan e-commerce dibandingkan pengaruh sosial.

**Kata Kunci:** e-commerce, UMKM, niat penggunaan, UTAUT.

---

## I. PENDAHULUAN

Teknologi informasi dan komunikasi sudah mengubah banyak bidang secara signifikan, begitu pula dalam bidang bisnis. *E-commerce*, sebagai salah satu implementasi TIK, telah menjadi motor penggerak dalam mempercepat proses transaksi bisnis dan interaksi antara penjual dan pembeli. Indonesia, sebagai ekonomi terbesar di Asia Tenggara, telah mengalami peningkatan signifikan dalam penggunaan *e-commerce* seiring dengan meningkatnya penetrasi internet dan penggunaan perangkat pintar. Pada tahun 2029 taraf penetrasi *e-commerce* di Indonesia diprediksi menggapai 34,84 persen, menjadikan Indonesia menjadi satu dari beberapa pasar dengan pertumbuhan paling cepat di dunia (Statista, 2024).



**Gambar 1.1 Penetrasi E-Commerce di Indonesia**  
Sumber: Statista (2024)

UMKM mengemban peran sebagai tonggak utama dalam perekonomian Indonesia. Kadin Indonesia mencatat kurang lebih 66 juta pelaku UMKM di Indonesia. Angka tersebut merupakan sebuah peningkatan setelah sempat menyusut pada 2022. Pada tahun 2023, UMKM berkontribusi kurang lebih 61% terhadap Produk Domestik Bruto Indonesia serta memperkerjakan hingga 97% tenaga kerja nasional (Goodstats, 2024).



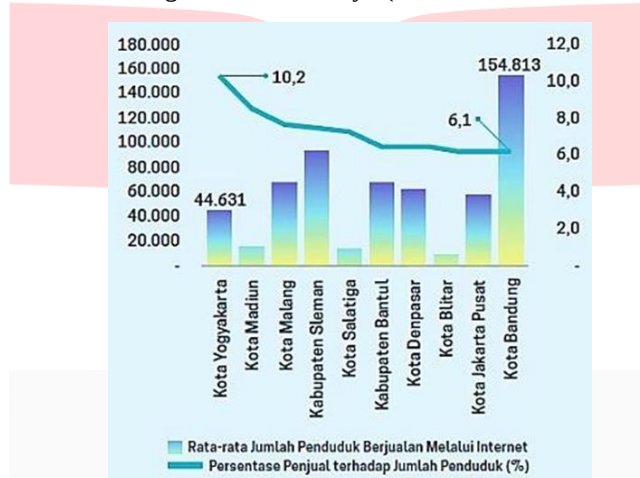
**Gambar 1.2 Kontribusi UMKM atas PDB di Beberapa Negara**  
Sumber: Goodstats (2024)

*E-commerce* tidak hanya memperluas akses pasar bagi UMKM, tetapi juga meningkatkan kontribusi mereka terhadap perekonomian lokal. UMKM yang telah beralih ke digitalisasi menunjukkan peningkatan pendapatan dan efisiensi operasional dibandingkan yang masih menggunakan metode konvensional (Abu-Taieh et al., 2022). *E-*

*commerce* kini menjadi salah satu pilar penting dalam perkembangan ekonomi digital Indonesia, dengan nilai transaksi mencapai sekitar 62 miliar dolar AS pada 2023 naik 18,8% dari tahun sebelumnya (INDEF, 2024).

Meski potensinya besar, banyak UMKM terutama di Kota Bandung belum memaksimalkan peluang ini. Program “UMKM Go Digital” sudah berjalan, namun masih terdapat kesenjangan dalam adopsi teknologi. Menurut INDEF (2024), dari 22 juta UMKM di sektor perdagangan, hanya 33,6% yang telah menggunakan *platform digital*. Hal ini menunjukkan perlunya strategi percepatan digitalisasi UMKM.

Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat bahwa Jawa Barat memiliki jumlah usaha *e-commerce* terbanyak pada 2022, yaitu 642.672 usaha atau 76,38% dari total nasional. Jawa Timur dan Jawa Tengah menyusul dengan masing-masing 571.958 dan 541.072 usaha. Secara keseluruhan, pada tahun 2022 terdapat 2,9 juta usaha *e-commerce* di Indonesia yang meningkat 4,46% dibanding tahun sebelumnya (Badan Pusat Statistik, 2023).



**Gambar 1.3 Daerah dengan Penjual UMKM Melalui E-commerce Terbanyak Tahun 2019-2021**

Sumber: Datanesia (2022)

Dari Gambar 1.10 di atas, terlihat bahwa terdapat 154.813 pelaku UMKM di Kota Bandung yang melakukan penjualan melalui *e-commerce* selama periode 2019 hingga 2021. Dalam hal jumlah pengguna *e-commerce* di kalangan UMKM, Kota Bandung menempati posisi teratas di Indonesia dibandingkan dengan daerah lainnya. Namun, jika dilihat dari rasio penduduk pada tahun 2021, Kota Bandung berada di urutan kesepuluh, dengan hanya 6,1% dari warganya yang merupakan pelaku UMKM yang melakukan aktivitas jual beli melalui *e-commerce* (Datanesia, 2022). Menurut data dari Kemenkop UKM, pada tahun 2024 terdapat sekitar 334.781 unit UMKM di Kota Bandung. Jumlah ini menjadi dasar objek dalam studi ini. Menurut INDEF, transaksi belanja UMKM di Kota Bandung meningkat sekitar 2,5 kali lipat pada tahun 2023 (INDEF, 2023).

Dalam konteks tersebut, teori UTAUT ataupun “*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*” menjadi kerangka yang tepat dalam menganalisis berbagai faktor yang memengaruhi niat pelaku UMKM dalam memanfaatkan *e-commerce*. Teori ini menjabarkan bahwasanya *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, serta *facilitating condition* adalah variabel kunci dalam adopsi teknologi (Venkatesh et al., 2003).

Salah satu variabel penting, yaitu *performance expectancy*, merujuk pada keyakinan bahwasanya *e-commerce* dapat memberikan peningkatan terhadap kinerja usaha (Venkatesh et al., 2003). Di Kota Bandung, ekspektasi ini menjadi faktor penting dalam keputusan UMKM untuk beralih ke digital. Sejalan dengan laporan INDEF, peningkatan transaksi *e-commerce* UMKM di Bandung sebesar 2,5 kali lipat pada 2023 menunjukkan bahwa semakin banyak pelaku usaha yang percaya bahwa *e-commerce* mampu mendorong penjualan dan pertumbuhan bisnis mereka (INDEF, 2023).

Sementara itu *effort expectancy* merujuk pada tingkat kemudahan yang dialami oleh pelaku UMKM untuk menggunakan *platform ecommerce* (Venkatesh et al., 2003). Di Kota Bandung, ekspektasi ini sangat penting karena dapat mempengaruhi keputusan pelaku UMKM untuk mengadopsi teknologi digital dalam operasional mereka. Berdasarkan laporan dari Badan Pusat Statistik (BPS), hanya sekitar 26,2% dari total 4.545.874 UMKM di Jawa Barat yang secara aktif memanfaatkan *e-commerce* (BPS, 2023).

Pengaruh sosial (*social influence*) memiliki peran yang signifikan dalam proses adopsi *e-commerce* oleh pelaku UMKM. Ketika pelaku usaha melihat bahwa rekan-rekan atau pesaing mereka telah berhasil menggunakan *e-commerce*, mereka cenderung merasa terdorong untuk mengikuti jejak tersebut (Salam et al., 2021).

Kondisi pendukung (*facilitating condition*) bagi UMKM di Kota Bandung sangat krusial dalam mendorong adopsi *e-commerce* (Al-Okaily et al., 2023). Infrastruktur digital yang memadai, aksesibilitas internet, serta dukungan dari pemerintah dan lembaga terkait menjadi faktor kunci yang mempengaruhi kemampuan pelaku UMKM untuk beroperasi secara efektif di *platform digital* (Diskominfo, 2024).

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan, studi ini memiliki relevansi yang besar dalam mendukung transformasi digital UMKM, khususnya di Kota Bandung. Dengan pendekatan model UTAUT, studi ini akan menyediakan wawasan terperinci terkait berbagai faktor yang menghambat atau mendorong niat penggunaan *e-commerce*. Selaras dengan temuan yang diungkapkan oleh (Lee et al., 2024) mengenai analisis konstruk UTAUT di negaranegara non-OECD.

## **II. TINJAUAN LITERATUR**

### **2.1 Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)**

UTAUT diketahui menjadi model terbaru yang mengintegrasikan beragam teori dalam menjelaskan berbagai faktor yang menjadi pengaruh terkait penggunaan dan penerimaan teknologi, baik saat ini maupun di masa depan, secara sistematis. Model ini menyatukan elemen-elemen utama dari delapan teori penerimaan teknologi yang telah ada menjadi satu kerangka teori yang komprehensif (Venkatesh et al., 2003).

### **2.2 Ekspektasi Kinerja/Performance Expectancy (PE)**

*Performance expectancy* dipahami selaku taraf keyakinan individu bahwasanya penggunaan suatu sistem dapat memberikan peningkatan terhadap kinerja mereka dalam melaksanakan tugas atau pekerjaannya (Venkatesh et al., 2003).

### **2.3 Ekspektasi Usaha/Effort Expectancy (EE)**

*Effort expectancy* mengacu pada persepsi kemudahan yang dirasakan oleh individu saat memakai sebuah sistem (Venkatesh et al., 2003).

### **2.4 Pengaruh Sosial/Social Influence (SE)**

*Social Influence* merujuk pada sampai manakah individu merasakan bahwasanya orang-orang penting di sekitarnya menganggap bahwasanya mereka harus memakai sistem baru tersebut (Venkatesh et al., 2003).

### **2.5 Kondisi Pendukung/Facilitating Condition (FC)**

*Facilitating Condition* mencakup keyakinan individu bahwasanya sumber daya teknis serta infrastruktur yang diperlukan tersedia guna menunjang pemakaian sistem (Venkatesh et al., 2003).

### **2.6 Niat Penggunaan/Behavioral Intention (BI)**

Niat Penggunaan menggambarkan sejauh mana individu berencana atau berniat untuk menggunakan sebuah teknologi di masa mendatang. Niat ini menjadi indikator kekuatan keinginan individu dalam melaksanakan suatu tindakan tertentu (Venkatesh et al., 2003).

### III. METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Jenis Penelitian

Studi ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh variabel UTAUT terhadap niat penggunaan e-commerce oleh pelaku UMKM di Kota Bandung. Studi ini menerapkan desain studi kausalitas guna memahami relasi sebab-akibat antara variabel-variabel yang diteliti. Metode studi kausalitas dilaksanakan dengan cara mengamati responden untuk memaparkan fenomena yang terjadi saat ini serta meninjau tindakan dan perilaku sekelompok subjek uji yang berpartisipasi dalam penggunaan *e-commerce*. Menurut Paramita et al. (2021:10).

#### 3.2 Skala Pengukuran

Studi ini menerapkan skala ordinal. Data ordinal didefinisikan sebagai data kuantitatif yang berwujud peringkat. Dengan menerapkan skala Likert, masing-masing pernyataan dalam kuesioner mempunyai 5 pilihan jawaban, dengan skor kurang lebih antara 1 sampai 5 (Sugiyono, 2019:11).

#### 3.3 Uji Validitas dan Reliabilitas

Studi ini memakai metode *Pearson Moment Correlation* agar dapat menguji validitas serta *Cronbach's Alpha* agar dapat menguji reliabilitas. Kedua pengujian ini dilaksanakan dengan ditunjang perangkat lunak SPSS, dan hasilnya menunjukkan bahwa instrumen penelitian memenuhi kriteria valid dan reliabel.

#### 3.4 Teknik Analisis Data

##### 3.4.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif pada studi ini diterapkan dengan tujuan agar dapat mengetahui hasil penilaian dari responden terkait variabel *performance expectancy* (X1), *effort expectancy* (X2), *social influence* (X3) serta *facilitating condition* (X4) terhadap niat penggunaan. Kriteria interpretasi skor pada studi ini yakni, 20%-36% (sangat buruk), 36%-52% (buruk), 52%-68% (cukup baik), 68%-84% (baik), serta 84%-100% (sangat baik) (Pasaribu et al., 2023:202).

##### 3.4.2 Uji Asumsi Klasik

###### A. Uji Normalitas

Uji normalitas diketahui menjadi satu dari banyaknya jenis uji asumsi klasik yang digunakan dalam mengetahui pola penyebaran data dalam suatu kelompok ataupun populasi. Data tersebut dapat dikategorikan menjadi dua, yaitu yang mempunyai distribusi normal serta yang tidak mempunyai distribusi normal (Wijayanti et al., 2023:109).

###### B. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan metode statistik yang diterapkan agar dapat melakukan identifikasi terhadap keberadaan korelasi yang tinggi antara dua maupun lebih variabel independen dalam model regresi. Supaya mampu mendeteksi keberadaan multikolinearitas pada model regresi, bisa dilaksanakan dengan dua cara, yaitu melalui nilai *tolerance* serta nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 serta nilai VIF kurang dari 10, maka model regresi tersebut bebas dari multikolinearitas (Pasaribu et al., 2023:209).

###### C. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ialah metode statistik yang dipakai dalam mengidentifikasi ketidakkonsistenan varians dalam data. Uji tersebut berfungsi agar dapat mendeteksi apakah ada perbedaan varians residual antara sebuah riset dengan riset lainnya dalam model regresi. Model regresi yang bebas dari heteroskedastisitas memperlihatkan bahwasanya model tersebut memiliki kualitas yang baik (Pasaribu et al., 2023:208).

##### 3.4.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda ialah metode analisis yang membawa keterlibatan antara lebih dari dua variabel, yakni beberapa variabel independen dengan sebuah variabel dependen (Sahir, 2021:52). Nilai koefisien

korelasi (R) yang diperoleh kurang lebih antara 0 sampai 1, semakin menyentuh angka 1 relasi antar variabel semakin kuat, sedangkan jikalau menyentuh 0, relasi tersebut semakin lemah.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Dengan Y adalah niat penggunaan (BI), dan X1, X2, X3, X4 merupakan variabel-variabel bebas yaitu PE, EE, SI, dan FC. Kemudian *a* ialah konstanta (*intersept*) serta *b1*, *b2*, ... , *bn* ialah koefisien regresi pada setiap variabel bebas.

### 3.4.4 Pengujian Hipotesis

#### A. Uji Parsial (Uji T)

Dalam menerima dan menolak uji T, terdapat kriteria pengujian seperti dibawah:

1. Jikalau  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ , maka  $H_0$  berada di daerah penolakan, berarti  $H_0$  diterima dan menunjukkan adanya pengaruh antara variabel x dengan variabel y.
2. Jikalau  $t\text{-hitung} \leq t\text{-tabel}$ , maka  $H_0$  berada di daerah penerimaan, berarti  $H_0$  ditolak dan menunjukkan tidak adanya pengaruh antara variabel x dengan variabel y.

#### B. Uji Simultan (Uji F)

Berikut ini merupakan rumusan hipotesis yang terdapat pada uji F, yakni:

- a.  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan nilai  $sig < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak serta  $H_a$  diterima. Perihal tersebut menunjukan bahwa variabel independen memengaruhi secara signifikan terhadap variabel dependen.
- b.  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dan nilai  $sig > 0,05$  maka  $H_0$  diterima serta  $H_a$  ditolak. Perihal tersebut diartikan sebagai tidak adanya pengaruh signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

### 3.4.5 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Peneliti menggunakan nilai  $R^2$  agar dapat melakukan pengukuran sampai manakah variabel independen memengaruhi variabel dependen. Koefisien determinasi dipakai dalam menilai kemampuan model dalam memaparkan variasi dalam variabel dependen (Sahir, 2021:54). Rumus dalam melakukan perhitungan koefisien determinasi, yaitu:

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

**Keterangan:**

**Kd : Koefisien Determinasi**

**$R^2$  : Koefisien Korelasi variabel bebas terhadap variabel terikat**

Nilai koefisien determinasi mengindikasikan bahwa apabila nilainya mendekati nol, variabel independen tidak memengaruhi variabel dependen. Berlaku kebalikan, semakin menyentuh satu nilai koefisien determinasi, semakin besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

## IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif pada studi ini dipergunakan dengan tujuan yakni mengetahui hasil penilaian dari 100 responden terkait variabel *performance expectancy* (X1), *effort expectancy* (X2), *social influence* (X3) serta *facilitating condition* (X4) terhadap niat penggunaan.

### 4.2 Uji Asumsi Klasik

#### A. Uji Normalitas

Berdasarkan tabel 4.1 data pada variabel bebas serta terikat mempunyai distribusi normal dan bernilai signifikan. Hasil nilai pengujian yang diperoleh (*Asymp. Sig. (2-tailed)*) adalah sebanyak 0,110, yaitu lebih besar dari 0,05. Oleh karenanya, mampu disimpulkan bahwasanya data yang terjadi adalah norma..

**Tabel 4.1 Hasil Uji Normalitas**

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test       |                         |             |                         |
|------------------------------------------|-------------------------|-------------|-------------------------|
|                                          |                         |             | Unstandardized Residual |
| N                                        |                         |             | 100                     |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup>         | Mean                    | .0000000    |                         |
|                                          | Std. Deviation          | .49234058   |                         |
| Most Extreme Differences                 | Absolute                | .080        |                         |
|                                          | Positive                | .073        |                         |
|                                          | Negative                | -.080       |                         |
| Test Statistic                           |                         |             | .080                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>      |                         |             | .110                    |
| Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>d</sup> | Sig.                    | .111        |                         |
|                                          | 99% Confidence Interval | Lower Bound | .102                    |
|                                          |                         | Upper Bound | .119                    |

a. Test distribution is Normal.  
 b. Calculated from data.  
 c. Lilliefors Significance Correction.  
 d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 1314643744.

Sumber: Olah Data Peneliti (2025)

## B. Uji Multikolinearitas

Berlandaskan tabel 4.2 mampu diamati bahwasanya variabel *performance expectancy* (X1) bernilai VIF sebanyak  $1,409 < 10$  serta nilai *Tolarence* sebanyak  $0,710 > 0,10$ . Variabel *effort expectancy* (X2) bernilai VIF sebanyak  $1,565 < 10$  serta nilai *Tolarence* sebanyak  $0,639 > 0,10$ . Variabel *social influence* (X3) bernilai VIF sebanyak  $1,317 < 10$  serta nilai *Tolarence* sebanyak  $0,759 > 0,10$ . Variabel *facilitating condition* (X4) bernilai VIF sebanyak  $1,237 < 10$  serta nilai *Tolarence* sebanyak  $0,808 > 0,10$ . Oleh karenanya, mampu ditarik kesimpulan bahwasanya, keempat variabel tersebut tidak berlangsung multikolinearitas. Dengan demikian, data yang dipakai pada studi ini sudah memenuhi salah satu syarat uji asumsi klasik.

**Tabel 4.2 Hasil Uji Multikolinearitas**

| Coefficients <sup>a</sup> |                             |                             |            |                           |        |       |                         |
|---------------------------|-----------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|-------|-------------------------|
|                           |                             | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |        |       | Collinearity Statistics |
| Model                     |                             | B                           | Std. Error | Beta                      | t      | Sig.  | Tolerance VIF           |
| 1                         | (Constant)                  | 3.279                       | .662       |                           | 4.955  | <.001 |                         |
|                           | Performance Expectancy (X1) | .244                        | .033       | .458                      | 7.430  | <.001 | .710 1.409              |
|                           | Effort Expectancy (X2)      | .161                        | .035       | .302                      | 4.653  | <.001 | .639 1.565              |
|                           | Social Influence (X3)       | -.139                       | .039       | -.215                     | -3.604 | <.001 | .759 1.317              |
|                           | Facilitating Condition (X4) | .272                        | .034       | .457                      | 7.916  | <.001 | .808 1.237              |

a. Dependent Variable: Niat Penggunaan (Y)

Sumber: Olah Data Peneliti (2025)

## C. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan tabel 4.3 mampu diamati bahwasanya variabel *performance expectancy* (X1) bernilai signifikansi sebanyak  $0,589 > 0,05$ . Variabel *effort expectancy* (X2) bernilai signifikansi sebanyak  $0,203 > 0,05$ . Variabel *social*

*influence* (X3) bernilai signifikansi sebanyak  $0,159 > 0,05$ . Variabel *facilitating condition* (X4) bernilai signifikansi sebanyak  $0,080 > 0,05$ . Jadi, mampu diartikan bahwasanya keempat variabel tersebut tidak berlangsung heteroskedastisitas.

**Tabel 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

| Coefficients <sup>a</sup> |                             |                             |            |                           |        |
|---------------------------|-----------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|
| Model                     |                             | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |        |
|                           |                             | B                           | Std. Error | Beta                      | t      |
| 1                         | (Constant)                  | 1.300                       | .456       |                           | 2.852  |
|                           | Performance Expectancy (X1) | -.012                       | .023       | -.063                     | -.542  |
|                           | Effort Expectancy (X2)      | -.031                       | .024       | -.158                     | -1.281 |
|                           | Social Influence (X3)       | .038                        | .027       | .160                      | 1.418  |
|                           | Facilitating Condition (X4) | -.042                       | .024       | -.194                     | -1.769 |

a. Dependent Variable: ABS\_RES

Sumber: Olah Data Peneliti (2025)

### 4.3 Analisis Regresi Linier berganda

**Tabel 4.4 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

| Coefficients <sup>a</sup> |                             |                             |            |                           |        |                         |           |
|---------------------------|-----------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|-------------------------|-----------|
| Model                     |                             | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |        | Collinearity Statistics |           |
|                           |                             | B                           | Std. Error | Beta                      | t      | Sig.                    | Tolerance |
| 1                         | (Constant)                  | 3.279                       | .662       |                           | 4.955  | <.001                   |           |
|                           | Performance Expectancy (X1) | .244                        | .033       | .458                      | 7.430  | <.001                   | .710      |
|                           | Effort Expectancy (X2)      | .161                        | .035       | .302                      | 4.653  | <.001                   | .639      |
|                           | Social Influence (X3)       | -.139                       | .039       | -.215                     | -3.604 | <.001                   | .759      |
|                           | Facilitating Condition (X4) | .272                        | .034       | .457                      | 7.916  | <.001                   | .808      |

a. Dependent Variable: Niat Penggunaan (Y)

Sumber: Olah Data Peneliti (2025)

Berlandaskan tabel 4.4 yang memuat hasil analisis regresi linier berganda, persamaan model relasi antara berbagai variabel bebas dengan variabel terikat dapat dituliskan seperti berikut.

$$Y = 3,279 + 0,244 X1 + 0,161 X2 + -0,139 X3 + 0,272 X4$$

Merujuk pada persamaan regresi sebelumnya, mampu disimpulkan bahwa:

- Diketahui nilai konstanta sebanyak 3,279, artinya jika variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, serta *facilitating condition* tidak mempunyai nilai dengan skor 0, maka nilai variabel niat penggunaan tetap sebanyak 3,279.
- Berlandaskan hasil uji regresi pada variabel X1, didapatkan koefisien regresi positif sebanyak 0,244. Hal ini mampu diartikan bahwasanya setiap kenaikan 1 poin pada variabel X1 memicu peningkatan variabel Y sebanyak 0,244. Hal ini berarti semakin tinggi keyakinan pelaku UMKM terhadap manfaat yang diperoleh dari *platform e-commerce*, semakin besar pula keinginan mereka untuk menggunakannya.
- Berlandaskan hasil uji regresi pada variabel X2, didapatkan koefisien regresi positif sebanyak 0,161. Ringkasnya, setiap kenaikan 1 poin pada variabel X2 memicu peningkatan variabel Y sebanyak 0,161. Hal

ini menunjukkan bahwa kemudahan dalam melakukan pemakaian *platform e-commerce* sangat memengaruhi keputusan pelaku UMKM untuk terus memanfaatkan teknologi ini.

- d. Berlandaskan hasil uji regresi pada variabel X3, didapatkan koefisien regresi negatif sebanyak -0,139. Ini mampu diartikan bahwasanya setiap kenaikan 1 poin pada variabel X3 memicu penurunan variabel Y sebanyak 0,139. Hal ini bisa diartikan sebagai indikasi bahwa pengaruh sosial mungkin tidak selalu mendukung keputusan pelaku UMKM untuk menggunakan *platform e-commerce*, bisa jadi karena tekanan atau ekspektasi dari lingkungan sosial yang kurang mendukung.
- e. Berlandaskan hasil uji regresi pada variabel X4, didapatkan koefisien regresi positif sebanyak 0,272. Ringkasnya, setiap kenaikan 1 poin pada variabel X4 memicu peningkatan variabel Y sebanyak 0,272. Hal ini menegaskan pentingnya dukungan infrastruktur dan sumber daya bagi pelaku UMKM agar mereka merasa lebih siap dan termotivasi untuk menggunakan *platform e-commerce* secara efektif.

#### 4.4 Uji Hipotesis

##### A. Uji Parsial (Uji T)

**Tabel 4.5 Hasil Uji Parsial (Uji T)**

| Coefficients <sup>a</sup>                  |                             |                             |            |                           |        |       |                         |       |
|--------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|-------|-------------------------|-------|
|                                            |                             | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |        |       | Collinearity Statistics |       |
| Model                                      |                             | B                           | Std. Error | Beta                      | t      | Sig.  | Tolerance               | VIF   |
| 1                                          | (Constant)                  | 3.279                       | .662       |                           | 4.955  | <.001 |                         |       |
|                                            | Performance Expectancy (X1) | .244                        | .033       | .458                      | 7.430  | <.001 | .710                    | 1.409 |
|                                            | Effort Expectancy (X2)      | .161                        | .035       | .302                      | 4.653  | <.001 | .639                    | 1.565 |
|                                            | Social Influence (X3)       | -.139                       | .039       | -.215                     | -3.604 | <.001 | .759                    | 1.317 |
|                                            | Facilitating Condition (X4) | .272                        | .034       | .457                      | 7.916  | <.001 | .808                    | 1.237 |
| a. Dependent Variable: Niat Penggunaan (Y) |                             |                             |            |                           |        |       |                         |       |

a. Dependent Variable: Niat Penggunaan (Y)

Sumber: Olah Data Peneliti (2025)

Merujuk pada tabel 4.4 terlampir bahwasanya:

- 1) *Performance Expectancy* (X1) memperlihatkan nilai thitung sebanyak 7,430 yang lebih besar dari ttabel 1,985, dengan taraf signifikansi 0,001 yang lebih kecil dari 0,05. Oleh karenanya, hipotesis nol (H0) ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwasanya dengan cara parsial *Performance Expectancy* (X1) memengaruhi secara signifikan terhadap Niat Penggunaan (Y).
- 2) *Effort Expectancy* (X2) bernilai thitung 4,653 yang melebihi ttabel 1,985, serta taraf signifikansi 0,001 < 0,05. Dengan demikian, H0 ditolak serta mampu ditarik kesimpulan bahwasanya *Effort Expectancy* (X2) dengan cara parsial berpengaruh signifikan terhadap Niat Penggunaan (Y).
- 3) *Social Influence* (X3) memperoleh nilai thitung -3,604 yang lebih besar dari ttabel -1,985, dengan taraf signifikansi 0,001 < 0,05. Oleh sebab itu, H0 ditolak serta mampu ditarik kesimpulan bahwasanya *Social Influence* (X3) memengaruhi secara signifikan dengan cara parsial terhadap Niat Penggunaan (Y).
- 4) *Facilitating Condition* (X4) menunjukkan nilai thitung 7,916 yang lebih besar dari ttabel 1,985, serta taraf tingkat signifikansi 0,001 < 0,05. Sehingga, H0 ditolak serta mampu ditarik kesimpulan bahwasanya *Facilitating* (X4) berpengaruh signifikan dengan cara parsial terhadap Niat Penggunaan (Y).

##### B. Uji Simultan (Uji F)

Berlandaskan Tabel 4.6 ditemukan bahwasanya nilai signifikansi sebanyak 0,001 yang lebih kecil dari 0,05, serta nilai Fhitung sebanyak 68,924 yang lebih besar dari Ftabel 2,467. Perihal tersebut menjadi indikasi bahwasanya hipotesis nol (H0) ditolak serta hipotesis alternatif (H1) diterima. Sehingga, bisa ditarik kesimpulan bahwasanya dengan cara simultan berbagai variabel bebas memengaruhi secara positif serta signifikan terhadap variabel terikat, yaitu niat penggunaan (Y).

**Tabel 4.6 Hasil Uji Simultan (Uji F)**

| ANOVA <sup>a</sup> |            |                |    |             |        |                    |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|--------------------|
| Model              |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.               |
| 1                  | Regression | 69.642         | 4  | 17.411      | 68.924 | <.001 <sup>b</sup> |
|                    | Residual   | 23.998         | 95 | .253        |        |                    |
|                    | Total      | 93.640         | 99 |             |        |                    |

a. Dependent Variable: Niat Penggunaan (Y)

b. Predictors: (Constant), Facilitating Condition (X4), Effort Expectancy (X2), Social Influence (X3), Performance Expectancy (X1)

Sumber: Olah Data Peneliti (2025)

#### 4.5 Uji Koefisien Determinasi (Uji R<sup>2</sup>)

**Tabel 4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi**

| Model Summary <sup>b</sup> |                   |          |                   |                            |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model                      | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1                          | .862 <sup>a</sup> | .744     | .733              | .503                       |

a. Predictors: (Constant), Facilitating Condition (X4), Effort Expectancy (X2), Social Influence (X3), Performance Expectancy (X1)  
b. Dependent Variable: Niat Penggunaan (Y)

Sumber: Olah Data Peneliti (2025)

Berlandaskan Tabel 4.7, terlihat bahwa pengaruh *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, serta *facilitating condition* terhadap niat penggunaan ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi sebanyak 0,744. Besarnya koefisien determinasi ini mampu dihitung menggunakan persamaan berikut:

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

$$Kd = 0,744 \times 100\%$$

$$Kd = 74\%$$

Dari penjelasan tersebut, mampu ditarik kesimpulan bahwasanya variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, serta *facilitating condition* dengan cara bersama-sama memengaruhi sebanyak 74% terhadap niat penggunaan, sedangkan 26% sisa yang lain mendapat pengaruh dari berbagai faktor lain yang tidak termasuk dalam studi ini.

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berikut kesimpulan yang telah penulis simpulkan yaitu:

1. *Performance Expectancy* memengaruhi secara positif serta signifikan terhadap Niat Penggunaan. Didasarkan pada hasil regresi linier berganda menghasilkan nilai koefisien regresi sebanyak 0,244 yang bernilai positif. Terlihat pada hasil pengujian hipotesis *Performance Expectancy* terhadap Niat Penggunaan diperoleh hasil  $T_{hitung} 7,430 > T_{Tabel} 1,985$  dengan taraf signifikansi  $0,001 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak.

2. *Effort Expectancy* memengaruhi secara positif serta signifikan terhadap Niat Penggunaan. Didasarkan pada hasil regresi linier berganda menghasilkan nilai koefisien regresi sebanyak 0,161 yang bernilai positif. Terlihat pada hasil pengujian hipotesis *Effort Expectancy* terhadap Niat Penggunaan diperoleh hasil Thitung 4,653 > T Tabel 1,985 serta taraf signifikansi  $0,001 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak.
3. *Social Influence* memengaruhi secara negatif tetapi signifikan terhadap Niat Penggunaan. Didasarkan pada hasil regresi linier berganda menghasilkan nilai koefisien regresi sebanyak -0,139 yang bernilai negatif. Terlihat pada hasil pengujian hipotesis *Social Influence* terhadap Niat Penggunaan diperoleh hasil Thitung -3,604 > T Tabel -1,985 serta taraf signifikansi  $0,001 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak.
4. *Facilitating Condition* memengaruhi secara positif serta signifikan terhadap Niat Penggunaan. Didasarkan pada hasil regresi linier berganda menghasilkan nilai koefisien regresi sebanyak 0,272 yang bernilai positif. Terlihat pada hasil pengujian hipotesis *Facilitating Condition* terhadap Niat Penggunaan diperoleh hasil Thitung 7,916 > T Tabel 1,985 serta taraf signifikansi  $0,001 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak.
5. *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, serta *Facilitating Condition* berpengaruh dengan cara simultan serta signifikan terhadap Niat Penggunaan. Diketahui bahwa Fhitung 68,924 > FTabel 2,467 dengan taraf signifikansi 0,001. Perihal tersebut memperlihatkan bahwasanya  $H_0$  ditolak serta  $H_1$  diterima, berarti *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, dan *Facilitating Condition* dengan cara simultan memengaruhi dengan cara signifikan terhadap Niat Penggunaan. Berlandaskan perhitungan uji koefisien determinasi, maka dapat disimpulkan bahwa kontribusi pengaruh dari variabel bebas yakni, *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, dan *Facilitating Condition* terhadap variabel terikat yakni Niat Penggunaan sebanyak 74% sedangkan sisanya 26% mendapat pengaruh dari berbagai faktor lainnya yang tidak termasuk pada studi ini.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran Bagi Perusahaan

Berikut ini merupakan sejumlah saran dari peneliti bagi perusahaan, yaitu:

1. Berlandaskan temuan penelitian dari variabel *Performance Expectancy* merupakan pernyataan dengan nilai paling rendah ialah pernyataan "Saya merasa platform e-commerce berguna dalam kehidupan sehari-hari". Sehingga, peneliti menyarankan supaya pihak penyedia platform e-commerce meningkatkan upaya edukasi dan sosialisasi mengenai manfaat nyata dari penggunaan platform tersebut dalam keseharian.
2. Berlandaskan temuan penelitian dari variabel *Effort Expectancy* merupakan pernyataan dengan nilai paling rendah ialah pernyataan "Mempelajari cara menggunakan platform e-commerce mudah bagi saya". Sehingga, peneliti menyarankan supaya pihak penyedia layanan e-commerce menyediakan materi pembelajaran yang lebih komprehensif dan mudah dipahami, seperti tutorial video interaktif atau sesi pelatihan langsung.
3. Berdasarkan temuan penelitian dari variabel *Social Influence* merupakan pernyataan dengan nilai paling rendah ialah pernyataan "Orang-orang yang penting bagi saya berpikir bahwa saya harus menggunakan platform e-commerce". Sehingga, peneliti menyarankan supaya pihak terkait, seperti komunitas bisnis dan organisasi UMKM, dapat meningkatkan dukungan sosial dan advokasi mengenai penggunaan e-commerce.
4. Berlandaskan temuan penelitian dari variabel *Facilitating Condition* merupakan pernyataan dengan nilai paling rendah ialah pernyataan "Saya memiliki sumber daya yang diperlukan untuk menggunakan platform e-commerce". Sehingga, peneliti menyarankan supaya pemerintah daerah serta lembaga terkait dapat berperan aktif dalam menyediakan aksesibilitas terhadap sumber daya yang dibutuhkan oleh pelaku UMKM.
5. Berlandaskan temuan penelitian dari variabel Niat Penggunaan merupakan pernyataan dengan nilai paling rendah ialah pernyataan "Saya akan selalu mencoba menggunakan platform e-commerce dalam kehidupan sehari-hari". Sehingga, peneliti menyarankan supaya pihak penyedia platform e-commerce dan lembaga terkait dapat mengembangkan program-program yang mendorong pengguna untuk lebih aktif mencoba serta memanfaatkan berbagai fitur yang tersedia di dalam platform.

### 5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

Berikut ini merupakan sejumlah saran dari peneliti bagi peneliti selanjutnya:

1. Melakukan penelitian pada UMKM lainnya dengan memakai variabel yang serupa oleh karenanya hasil yang diperoleh mampu dimanfaatkan sebagai bahan perbandingan.
2. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan peneliti mampu mengembangkan model baru dengan menambahkan variabel yang lebih menguatkan serta menggunakan metode lanjutan seperti model UTAUT2. Hal tersebut dapat menyediakan gambaran yang semakin komprehensif mengenai dinamika adopsi teknologi dalam konteks UMKM.
3. Jumlah sampel pada studi ini ialah 100 responden yang mana adalah pelaku UMKM yang berdomisili di Bandung. Teruntuk penelitian berikutnya, disarankan memakai sampel yang lebih besar supaya temuan penelitian akan semakin akurat dan representatif.



## REFERENSI

- Al-Okaily, M., Alkhwalidi, A. F., Abdulmuhsin, A. A., Alqudah, H., & Al-Okaily, A. (2023). Cloud-based accounting information systems usage and its impact on Jordanian SMEs' performance: the post-COVID-19 perspective. *Journal of Financial Reporting and Accounting*, 21(1), 126–155. <https://doi.org/10.1108/JFRA-12-2021-0476>
- Amruddin et al. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Sukoharjo: Pradina Pustaka
- APJII, A. (2024, Februari 7). APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang. Diambil kembali dari APJII: <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Department, S. R. (2024, Agustus 26). Penetration rate of the e-commerce market in Indonesia from 2019 to 2029. Diambil kembali dari Statista: <https://www.statista.com/forecasts/261665/digital-buyer-penetration-in-indonesia>
- Department, S. R. (2025, Januari 3). Internet economy size in Southeast Asia in 2024, by country. Diambil kembali dari Statista: <https://www.statista.com/statistics/1007201/southeast-asia-internet-economy-market-size-country/>
- Destryawan, D. (2025, Januari 6). Presiden Jokowi: Cakupan Internet Capai 79 Persen, Dorong Digitalisasi UMKM. Diambil kembali dari Tribunnews: [https://www.tribunnews.com/bisnis/2024/08/16/presiden-jokowi-cakupan-internet-capai-79-persen-dorong-digitalisasi-umkm#google\\_vignette](https://www.tribunnews.com/bisnis/2024/08/16/presiden-jokowi-cakupan-internet-capai-79-persen-dorong-digitalisasi-umkm#google_vignette)
- Edmond, C. (2024, Agustus 16). Why Indonesia and Thailand's bid for OECD membership could be a game changer. Diambil kembali dari Worl Economic Forum: <https://www.weforum.org/stories/2024/08/indonesia-thailand-oecd-membership-economic-growth-southeast-asia/>
- Fenti, H. (2023). *Metodologi penelitian*. Depok: Rajagrafindo Persada.
- Gansser, O. A., & Reich, C. S. (2021). A new acceptance model for artificial intelligence with extensions to UTAUT2: An empirical study in three segments of application. *Technology in Society*, 65, 101535. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101535>
- Gumasing, M. J. J., Prasetyo, Y. T., Persada, S. F., Ong, A. K. S., Young, M. N., Nadlifatin, R., & Redi, A. A. N. P. (2022). Using Online Grocery Applications during the COVID-19 Pandemic: Their Relationship with Open Innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(2), 93. <https://doi.org/10.3390/joitmc8020093>
- Hardani et al. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Indonesia Investment, A. (2024, Desember 3). Ekonomi Indonesia. Diambil kembali dari Indonesia Investment: <https://www.indonesia-investments.com/id/budaya/ekonomi/item177#:~:text=Indonesia%20adalah%20negara%20yang%20memiliki,mengalami%20perkembangan%20ekonomi%20yang%20pesat.>
- Ismuddin, S. (2024, Agustus 1). Sumbang 70% Lapangan Kerja dan PDB, Kontribusi UMKM pada Peningkatan Ekonomi Nasional. Diambil kembali dari Bisnisia: <https://bisnisia.id/sumbang-70-lapangan-kerja-dan-pdb-kontribusi-umkm-pada-peningkatan-ekonomi-nasional/>
- Kusnandar, V. B. (2022, Oktober 10). Google: Ekonomi Digital RI Terbesar di Asia Tenggara sampai 2030. Diambil kembali dari Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/ekonomi-makro/statistik/718204ff7a5d53b/google-ekonomi-digital-ri-terbesar-di-asia-tenggara-sampai-2030>

Kasmir. (2022). Metode penelitian kuantitatif. Depok: Rajagrafindo Persada. Linkumkm, A. (2024, September 22). Mendorong Pertumbuhan E-Commerce dan

UMKM di Indonesia: Peluang dan Tantangan. Diambil kembali dari

Linkumkm: <https://linkumkm.id/news/detail/15223/mendorong-pertumbuhan-e-commerce-dan-umkm-di-indonesia-peluang-dan-tantangan>

Lee, Y., Lim, W. L., & Eng, H. S. (2024). A systematic review of UTAUT2 constructs' analysis among MSMEs in non-OECD countries. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 15(4), 765–793. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-08-2022-0140>

Maulana, S., Khasanah, I., & Yusuf, A. (2023). Analisis Penerimaan Pengguna terhadap Financial Technology Bareksa Menggunakan Model UTAUT. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 12(2),

527. <https://doi.org/10.30588/jmp.v12i2.1049>

Media Center, A. (2024, Januari 8). Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Berada Di Urutan 40 Dunia. Diambil kembali dari Mediacyber: <https://mediacyber.kaurkab.go.id/berita/detail/pertumbuhan-ekonomi-indonesia--berada-di-urutan-40-dunia#:~:text=%22%20Terkait%20pertumbuhan%20ekonomi%20dunia%2C%20Indonesia,di%20dunia%20%22%2C%20ujar%20Tito>.

Menpan, A. (2024, Agustus 7). Kominfo Targetkan 30 Juta UMKM Adopsi Teknologi Digital pada 2024. Diambil kembali dari menpan: <https://www.menpan.go.id/site/berita-terkini/berita-daerah/kominfo-targetkan-30-juta-umkm-adopsi-teknologi-digital-pada-2024>

Nassir, S., Lebdaoui, I., Chetioui, Y., & Lebdaoui, H. (2024). Factors influencing SMEs' intention to adopt electronic tendering: empirical evidence from an emerging African market. *Journal of Economic and Administrative Sciences*. <https://doi.org/10.1108/JEAS-10-2022-0235>

Putri, V. S., & Mahadian, A. B. (2021). Pengaruh Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial, Dan Kondisi Pendukung Terhadap Minat Pemanfaatan Aplikasi E-Clinic Di Kota Bandung. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1–12.

Paramita et al. (2021). Metode penelitian kuantitatif (Edisi ke-3). Kabupaten Lumajang: Widya Gama Press.

Pasaribu et al. (2023). Metodologi penelitian akuntansi dan manajemen pendekatan kuantitatif. Bandung: Media Sains Indonesia.

Rizkinaswara, L. (2024, Agustus 2). Coba Atasi Kesenjangan Digital, Kominfo Luncurkan Program Adopsi Teknologi Digital UMKM 2024. Diambil kembali dari Kominfo: <https://aptika.kominfo.go.id/2024/08/coba-atasi-kesenjangan-digital-kominfo-luncurkan-program-adopsi-teknologi-digital-umkm-2024/#:~:text=Program%20UMKM%20Level%20Up%20berfokus,intensif%20baik%20luring%20maupun%20daring>.

Rasyid, F. (2022). Metodologi penelitian kualitatif dan kuantitatif. Kediri: IAIN Kediri Press.

Sahir, S. H. (2021). Metodologi penelitian. Jogjakarta: Penerbit Kbm Indonesia. Sembiring et al. (2023). Buku ajar metodologi penelitian (Teori dan praktik). Kab.

Karawang: Saba Jaya Publisher.

Sunandika, T. A., & Widodo, A. (2024). Effective Marketing Strategy: Analysis of Advertising Appeals and Nct Dream Brand Ambassadors Through Brand Image Mediation on Somethinc Product Purchase Intention. *Sunandika*, 1 10(2).

- Siahaan, M. (2024, Oktober 11). Number of smartphone users in Indonesia from 2019 to 2029. Diambil kembali dari Statista: <https://www.statista.com/forecasts/266729/smartphone-users-in-indonesia>
- Salam, M. T., Imtiaz, H., & Burhan, M. (2021). The perceptions of SME retailers towards the usage of social media marketing amid COVID-19 crisis. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 13(4), 588–605. <https://doi.org/10.1108/JEEE-07-2020-0274>
- Schretzlmaier, P., Hecker, A., & Ammenwerth, E. (2022). Extension of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 model for predicting mHealth acceptance using diabetes as an example: a cross-sectional validation study. *BMJ Health and Care Informatics*, 29(1), 1–10. <https://doi.org/10.1136/bmjhci-2022-100640>
- Soong, K. K., Ahmed, E. M., & Tan, K. S. (2020). Factors influencing Malaysian small and medium enterprises adoption of electronic government procurement. *Journal of Public Procurement*, 20(1), 38–61. <https://doi.org/10.1108/JOPP-09-2019-0066>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). *Quarterly*. 27(3), 425–478.
- Wardhana, A. (2024). Operasionalisasi variabel dalam penelitian kuantitatif (Issue July).
- Wibowo, S., Hidayat, A., & Arwiyah, H. (2017). Management of Bank Loans for Micro, Small, and Medium-Sized Marketing Perspective and in terms of Legality in its 109 distribution and its Impact on Economic Development and Labor Absorption. *International Journal of Education*, 5(1), 40–59.
- Widodo, A. ., Rubiyanti, N. ., & Madiawati, P. N. . (2024). Navigating the Digital Revolution in the Food Industry: Consumers' Perceived Environmental Risks and Purchasing Decisions. *Journal of Ecohumanism*, 3(6), 509–528.
- Wibawa, S. (2023, Maret 20). Kepala LPEM UI: Hanya Sedikit Pelaku UMKM Yang Naik Kelas. Diambil kembali dari Validnews: <https://validnews.id/ekonomi/kepala-lpem-ui-hanya-sedikit-pelaku-umkm-yang-naik-kelas>
- Wulandari, A. (2024, Agustus 12). Hadirkan Berbagai Inovasi, E-Commerce Ini Jadi Favorit Para Pembeli Hingga Penjual Brand Lokal dan UMKM. Diambil kembali dari Sports Okezone: <https://sports.okezone.com/read/2024/08/12/2/3047570/hadirkan-berbagai-inovasi-e-commerce-ini-jadi-favorit-para-pembeli-hingga-penjual-brand-lokal-dan-umkm>
- Widia, K. D., Usman, & Taruh, V. (2022). Pengaruh Ekspektasi Kinerja dan Ekspektasi Usaha Terhadap Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Pada Bumdes Di. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi*, 1(1), 97–111.
- Wu, P., Zhang, R., Luan, J., & Zhu, M. (2022). Factors affecting physicians using mobile health applications: an empirical study. *BMC Health Services Research*, 22(1), 1–14. <https://doi.org/10.1186/s12913-021-07339-7>
- Yaqub, M. Z., Badghish, S., Yaqub, R. M. S., Ali, I., & Ali, N. S. (2024). Integrating and extending the SOR model, TAM and the UTAUT to assess M-commerce adoption during COVID times. *Journal of Economic and Administrative Sciences*. <https://doi.org/10.1108/JEAS-09-2023-0259>
- Zainudiin, I., & Wardana, A. (2024). Operasionalisasi Variabel, Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian Kuantitatif. Kabupaten Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Zulfikar et al. (2024). Metode penelitian kuantitatif (Teori, metode dan praktik). Bandung: Widina Media Utama.
- Zaheer, M. A., Anwar, T. M., Khan, Z., Raza, M. A., & Hafeez, H. (2024). How do strategic attributes of electronic commerce impel the perceived value and electronic loyalty of online food delivery applications (OFDAs). *Journal of Innovative Digital Transformation*, 1(1), 48–67. <https://doi.org/10.1108/jidt-10-2023-0025>