

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *relative advantage*, dan *compatibility* terhadap *intention to purchase* e-book, yang dimediasi oleh *attitudes towards using e-book*. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada pergeseran perilaku membaca masyarakat Indonesia dari format fisik ke digital yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *Partial Least Squares - Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Hasil analisis menunjukkan bahwa keempat variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan e-book, yang selanjutnya berdampak signifikan terhadap niat untuk membeli e-book. Temuan ini menguatkan pentingnya pemahaman tentang persepsi pengguna terhadap teknologi dalam proses adopsi e-book sebagai bagian dari literasi digital. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi pengembangan strategi promosi dan inovasi platform e-book di Indonesia.

Kata Kunci: Adopsi Teknologi, Perilaku Konsumen Digital, Niat Beli E-book, Literasi Digital, Sikap Pengguna.