

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PENGGUNAAN APLIKASI
ORDER MAKANAN PADA PELAKU UMKM DI KOTA MALANG
MENGUNAKAN METODE UTAUT 2**

SKRIPSI



Oleh :

MOCHAMAD ZUYYINAL GHOZY

NIM : 19520079

**JURUSAN AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2023**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PENGGUNAAN APLIKASI
ORDER MAKANAN PADA PELAKU UMKM DI KOTA MALANG
MENGUNAKAN METODE UTAUT 2**

SKRIPSI

Diajukan Kepada:

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun)



Oleh

MOCHAMAD ZUYYINAL GHOZY

NIM : 19520079

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PENGGUNAAN
APLIKASI ORDER MAKANAN PADA PELAKU UMKM DI
KOTA MALANG MENGGUNAKAN METODE UTAUT**

SKRIPSI

Oleh

MOCHAMAD ZUYYINAL GHOZY

NIM : 19520079

Telah Disetujui Pada Tanggal 21 Desember 2023

Dosen Pembimbing,



Wuryaningsih, M.Sc

NIP. 199307282020122008

LEMBAR PENGESAHAN

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PENGGUNAAN
APLIKASI ORDER MAKANAN PADA PELAKU UMKM DI
KOTA MALANG MENGGUNAKAN METODE UTAUT 2**

SKRIPSI

Oleh

MOCHAMAD ZUYYINAL GHOZY

NIM : 19520079

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun.)
Pada 27 Desember 2023

Susunan Dewan Penguji:

1 Ketua Penguji

Dr. Nanik Wahyuni, SE., M.Si., Ak. CA

NIP. 197203222008012005

2 Anggota Penguji

**Yuniarti Hidayah Suyoso Putra, SE., M.Bus., Ak.
CA., Ph.D**

NIP. 197606172008012020

3 Sekretaris Penguji

Wuryaningsih, M.Sc

NIP. 199307282020122008

Tanda Tangan



Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi,



Yuniarti Hidayah Suyoso Putra, SE., M.Bus., Ak. CA., Ph.D

NIP. 197606172008012020

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mochamad Zuyyinal Ghozy

NIM : 19520079

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi

Menyatakan bahwa **“Skripsi”** yang telah saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul :

“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PENGGUNAAN APLIKASI ORDER MAKANAN PADA PELAKU UMKM DI KOTA MALANG MENGGUNAKAN METODE UTAUT 2”

Adalah karya saya sendiri, bukan **“duplikasi”** dari karya orang lain. Selanjutnya apabila di kemudian hari ada **“klaim”** dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 21 Desember 2023

Hormat Saya,



Mochamad Zuyyinal Ghozy

NIM: 19520079

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Inayah-Nya sehingga saya dapat melewati segala tahapan-tahapan yang harus dilalui, serta Shalawat dan Salam tetap terlimpah curahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Persembahan ini saya tujukan kepada kedua orang tua saya yaitu bapak Khilman dan ibu Rokhimah karena berkat perjuangan beliau serta do'a - do'anya sehingga saya bisa berada pada titik ini. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan nikmat sehat, umur yang berkah, dan rezeki yang lapang, serta kebahagiaan dunia akhirat. Karya ini juga dipersembahkan kepada keluarga besar yang selalu memberikan dukungan dan motivasi sehingga penulis lebih bersemangat untuk menyelesaikan karya ini.

Seluruh Dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi. Terkhusus untuk Ibu Wuryaningsih, M.Sc selaku dosen pembimbing saya yang telah membimbing saya dari awal hingga terselesaikannya skripsi ini.

MOTTO

إتقان العالم بالمعرفة ، والطريقة من خلال التعلم ، والسلاح هو الكتابة ، والقوة تأتي من القراءة ، لذا اقرأ

Fahrud-din Faiz

*Maka sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan, Sesungguhnya beserta
kesulitan itu ada kemudahan*

(Q.S Al Insyirah)

“Hidup iku Dijalani, Dinikmati, Disyukuri”

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah Subhanahu Wata'ala yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga, penelitian dengan judul “Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penggunaan Aplikasi Order Makanan Pada Pelaku UMKM di Kota Malang Menggunakan Metode UTAUT 2” dapat diselesaikan dengan baik.

Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad *Sholallahu ‘alaihi wasallam* yang telah membawa kita dari zaman kegelapan menuju ke zaman yang terang benderang ini yaitu Din al-islam dan senantiasa kita harapkan syafa’atnya kelak dihari akhir.

Karya ini tidak akan berhasil tanpa adanya pihak-pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini. Sehubungan dengan itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Zainuddin, MA selaku rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. Misbahul Munir, Lc., M.EI selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ibu Yuniarti Hidayah Suyoso Putra, SE., M.Bus., Ak., CA., P.hD selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ibu Yuliati, S.Sos., MSA selaku Dosen Wali Prodi Akuntansi.
5. Ibu Wuryaningsih, M.Sc selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
6. Seluruh dosen dan staff serta karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
7. Kedua orang tua saya yaitu Bapak Khilman dan Ibu Rokhimah yang senantiasa memberikan do’a, motivasi, semangat, solusi, dan kepercayaan dalam mencari ilmu.
8. Diri sendiri yang telah bertahan untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
9. Kepada adik-adik saya yang membantu aktivitas.
10. Sahabat Kholdun 30 yang selalu memberikan dukungan dan bimbingan dalam proses perkuliahan.
11. Teman-teman Alumni Krpyak Yogyakarta dan Tebuireng Jombang di Malang yang menemani selama proses perkuliahan di kampus.
12. Teman santri Pondok Sabilurrosyad Gasek yang selalu memberikan support, arahan dan menemani dalam segala aktivitas sehari hari.
13. Keluarga KM Plat R yang menemani selama proses perkuliahan di Malang.
14. Seluruh responden dan semua pihak yang telah ikut berpartisipasi dalam proses penelitian atas kesediaannya dan keikhlasannya.
15. Seluruh teman-teman angkatan 2019, yang berjuang bersama-sama meraih mimpi.
16. Teman-teman KKN dan PKL serta seluruh pihak yang terlibat yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis memahami bahwa dalam karya ini tidak luput dari kesalahan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran demi perbaikan penulisan karya ini.

Malang, 21 Desember 2023

Mochamad Zuyyinal Ghozy

DAFTAR ISI

ABSTRAK	xiii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB 2	11
KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Kajian Teori.....	22
2.2.1 Teori UTAUT	22
2.2.2 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	22
2.2.3 Pengertian dan Jenis Aplikasi Order Makanan (<i>Online Food Delivery</i>)	25
2.3 Faktor Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Order Makanan	27
2.4 Kerangka Konseptual	30
2.5 Hubungan Antara Variabel.....	31
2.5.1 Pengaruh <i>performance expectancy</i> terhadap <i>behavioral intention</i> dalam penggunaan aplikasi order makanan pada pelaku UMKM.....	31
2.5.2 <i>Effort Expectancy</i> berpengaruh terhadap <i>behavioral intention</i> dalam penggunaan aplikasi order makanan pada pelaku UMKM.....	32
2.5.3 <i>Social Influence</i> berpengaruh terhadap <i>behavioral intention</i> dalam penggunaan aplikasi order makanan pada pelaku UMKM.....	33
2.5.4 <i>Facilitating Conditions</i> berpengaruh terhadap <i>behavioral intention &</i> <i>use behavior</i> dalam penggunaan aplikasi order makanan pada pelaku UMKM	34
2.5.5 <i>Habit</i> berpengaruh terhadap <i>behavioral intention</i> dalam penggunaan aplikasi order makanan pada pelaku UMKM	36
2.5.6 <i>Behavior Intention</i> berpengaruh terhadap <i>use behavior</i> dalam penggunaan aplikasi order makanan pada pelakuUMKM.....	37
BAB III	38
METODE PENELITIAN.....	38

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	38
3.2 Lokasi Penelitian	38
3.3 Populasi dan Sampel	38
3.4 Teknik Pengumpulan Sampel.....	39
3.5 Data dan Jenis Data	40
3.6 Teknik Pengumpulan Data	40
3.7 Definisi Operasional Variabel	41
3.7.1 <i>Performance Expectancy</i> (PE).....	41
3.7.2 <i>Effort Expectancy</i> (EE)	43
3.7.3 <i>Social Influence</i> (SI)	44
3.7.4 <i>Facilitating Conditions</i> (FC)	45
3.7.5 <i>Behavioral Intention</i> (BI).....	48
3.7.6 <i>Use Behavior</i> (UB)	49
3.8 Analisis Data	50
3.8.1 Metode dan Alat Analisis Data.....	50
3.8.2 Model Pengukuran (Outer Model).....	50
3.8.3 Model Struktural (Inner Model)	52
BAB IV	53
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Hasil Penelitian.....	53
4.1.1 Statistik Deskriptif	53
4.1.2 <i>Outer Model</i>	54
4.1.3 <i>Inner Model</i>	61
4.2 Interpretasi Hasil.....	67
4.2.1 Interpretasi Hasil Analisis Outer Model	67
4.2.2 Interpretasi Hasil Analisis Inner Model	68
4.3 Pembahasan	70
BAB V.....	75
KESIMPULAN	75
5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	77

LAMPIRAN	81
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	81
Lampiran 2. Data Rekap Jawaban Kuesioner.....	85
Lampiran 3. Hasil SmartPLS 4.....	101
Lampiran 4. Hasil Turnitin	105
Lampiran 5. Biodata	106
Lampiran 6. Bukti Jurnal Bimbingan	107

ABSTRAK

Usaha ekonomi yang memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) karena membuat negara mempunyai pertahanan ekonomi yang kuat dan bisa bangkit dari krisis ekonomi. Salah satu jenis usaha UMKM yang tidak akan hilang atau punah adalah usaha kuliner. Kota Malang merupakan hal yang tidak boleh dilupakan karena dapat dilihat dari banyaknya aneka ragam UMKM pada bidang kuliner yang terdapat hampir di seluruh Kota Malang. Di zaman ini perkembangan teknologi informasi saat ini begitu pesat hingga merambat hampir di segala aspek kehidupan manusia. Dengan adanya perkembangan teknologi tersebut maka penggunaan aplikasi *Online food delivery* (OFD) menjadi salah satu peluang dalam menjalankan usahanya. Menurut laporan Momentum Works Indonesia merupakan pasar layanan pesan antar makanan (*Online Food Delivery*) terbesar di Asia Tenggara tahun 2022. Terkait hal ini perlu adanya penelitian yang bertujuan untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi penerimaan penggunaan aplikasi order makanan bagi para pelaku UMKM. Model yang di gunakan dalam penelitian ini adalah *Unified Theory of Acceptance and Use of technology 2* (UTAUT 2) yang hanya menggunakan variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions* dan *habit* sebagai variabel independen, variabel Niat perilaku (*Behavioural Intentions*) sebagai variabel intervening dan Perilaku pengguna (*Use Behavioural*) sebagai variabel dependen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, penyebaran kuesioner secara offline & online dengan 24 pertanyaan dan analisis data menggunakan software SmartPLS 4.0.9.8. berdasarkan hipotesis pengaruh *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions* berpengaruh tidak signifikan terhadap *behavioural intention*, sedangkan *habit* signifikan terhadap *behavioural intention*. Pengaruh *facilitating conditions* dan *behavioural intention* berpengaruh signifikan terhadap *Use Behavioural*.

Kata kunci : Aplikasi Order Makanan, UMKM, UTAUT 2

ABSTRAC

Economic enterprises that play an important role in the Indonesian economy are Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) because it makes the country have a strong economic defense and can rise from the economic crisis. One type of MSME business that will not disappear or become extinct is the culinary business. Malang City is something that should not be forgotten because it can be seen from the many diverse MSMEs in the culinary field that are found almost throughout the city of Malang. In this era the development of information technology is currently so rapid that it propagates almost in all aspects of human life. With the development of these technologies, the use of online food delivery (OFD) applications is one of the opportunities in running a business. According to a Momentum Works report, Indonesia is the largest Online Food Delivery market in Southeast Asia in 2022. Related to this, there is a need for research that aims to determine what factors affect the acceptance of the use of food order applications for MSMEs. The Model used in this study is the Unified Theory of Acceptance and Use of technology 2 (UTAUT 2) which only uses the variables performance expectation, effort expectation, social influence, facilitating conditions and habits as independent variables, behavioral intentions variables (behavioral Intentions) as intervening variables and User Behavior (use behavioral) as the dependent variable. This study uses a quantitative approach, the deployment of offline & online questionnaires with 24 questions and data analysis using SmartPLS 4.0.9.8 software. based on the hypothesis of the effect of performance expectation, effort expectation, social influence, facilitating conditions did not significantly affect the behavioral intention, while the habit significant to behavioral intention. The influence of facilitating conditions and behavioural intention significantly affect the Use of Behavioural.

Keywords: Food Order Application, UMKM, UTAUT 2

المخلص

المؤسسات الاقتصادية التي تلعب دورا مهما في الاقتصاد الإندونيسي هي مؤسسات متناهية الصغر وصغيرة ومتوسطة لأنها تجعل البلاد تتمتع بدفاع اقتصادي قوي ويمكن أن تنهض من الأزمة الاقتصادية. أحد أنواع الأعمال الصغيرة والمتوسطة التي لن تختفي أو تنقرض هو أعمال الطهي. مدينة مالانج شيء لا ينبغي نسيانه لأنه يمكن رؤيته من العديد من الشركات الصغيرة والمتوسطة المتنوعة في مجال الطهي والتي توجد تقريبا في جميع أنحاء مدينة مالانج. في هذا العصر ، تطور تكنولوجيا المعلومات سريع للغاية لدرجة أنه ينتشر تقريبا في جميع جوانب الحياة البشرية. مع تطور هذه التقنيات ، يعد استخدام تطبيقات توصيل الطعام عبر الإنترنت إحدى الفرص في إدارة الأعمال. وفقا لتقرير أعمال الزخم ، تعد إندونيسيا أكبر سوق لتوصيل الطعام عبر الإنترنت في جنوب شرق آسيا في عام 2022. فيما يتعلق بهذا ، هناك حاجة للبحث الذي يهدف إلى تحديد العوامل التي تؤثر على قبول استخدام تطبيقات طلب الطعام للمنشآت الصغرى والصغيرة والمتوسطة. النموذج المستخدم في هذه الدراسة هو النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (أوتوت) التي تستخدم فقط المتغيرات توقع الأداء ، توقع الجهد ، التأثير الاجتماعي ، تسهيل الظروف والعادات كمتغيرات مستقلة ، متغيرات النوايا السلوكية (المتغيرات متداخلة وسلوك المستخدم) استخدام السلوك (كمتغير تابع. تستخدم هذه الدراسة نهجا كمي ، ونشر الاستبيانات غير المتصلة بالإنترنت وعبر الإنترنت مع 24 سؤالا وتحليل البيانات باستخدام برنامج سمارتبلز 4.0.9.8. بناء على فرضية تأثير توقع الأداء ، فإن توقع الجهد ، والتأثير الاجتماعي ، وتسهيل الظروف لم يؤثر بشكل كبير على النية السلوكية في حين أن العادة مهمة للنية السلوكية. يؤثر تأثير الظروف الميسرة والنية السلوكية بشكل كبير على استخدام السلوك.

كلمات البحث: تطبيق النظام الغذائي ، المشاريع الصغيرة والمتوسطة ، أوتوت

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ekonomi adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan upaya manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya karena di dalamnya terdapat salah satu aspek kehidupan nasional yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan bagi masyarakat, meliputi produksi, distribusi, serta konsumsi barang dan jasa (Marlinah, (2017). Oleh karena itu ekonomi sangatlah penting karena untuk memenuhi kehidupan di masyarakat. Salah satu usaha ekonomi yang memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Keberadaan UMKM membuat negara mempunyai pertahanan ekonomi yang kuat dan bisa bangkit dari krisis ekonomi. Sri Mulyani Indrawati selaku Menteri Keuangan telah meminta seluruh unit di Kementerian Keuangan memperbaiki pengelolaan dana untuk sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dikarenakan UMKM merupakan salah satu pilar terpenting dalam perekonomian Indonesia (M. Junaidi, 2023).

Sementara itu menurut Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia (2022) menyatakan bahwa peran UMKM sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia, dengan jumlahnya mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. Kontribusi UMKM terhadap PDB juga mencapai 60,5%, dan terhadap penyerapan tenaga kerja adalah 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja nasional. Kontribusi sektor UMKM ini jauh lebih besar atau bahkan melampaui dari semua sektor Industri Manufaktur di Indonesia. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa UMKM menjadi salah satu usaha yang mampu menunjukkan keunggulan daya saing dan dinamika di dalam pertumbuhan ekonomi serta menciptakan kondisi ekonomi yang lebih baik dari sebelumnya.

Salah satu jenis usaha UMKM yang tidak akan hilang atau punah adalah usaha kuliner karena mengingat makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok sehari-hari. Selain itu, UMKM di bidang kuliner dapat dimulai dengan modal uang yang kecil. Semua orang bisa membuka bisnis UMKM di bidang kuliner walaupun

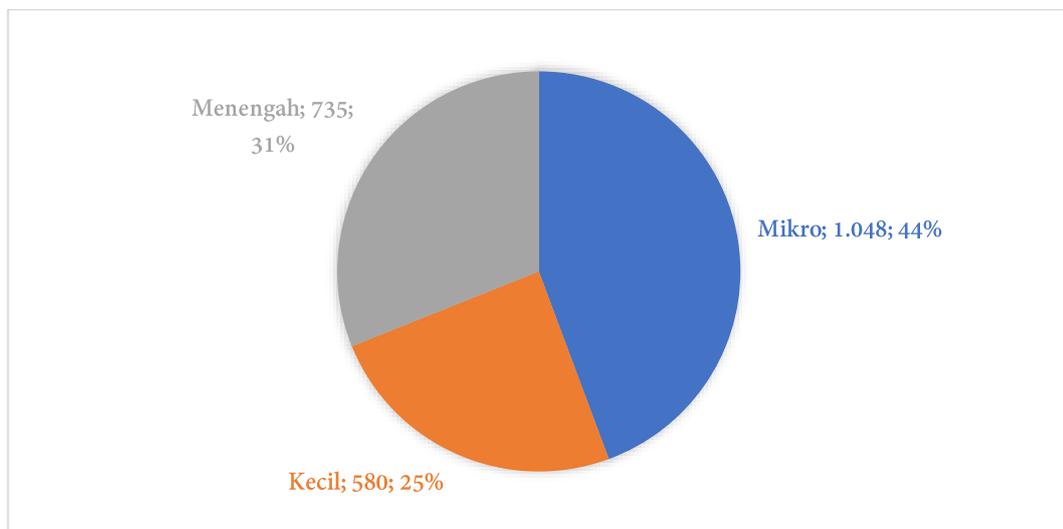
dengan pendidikan yang rendah, meski demikian bukan berarti memulai UMKM di bidang kuliner merupakan hal yang mudah karena sebelum membuka usaha kuliner, pemula harus bisa mengenal dan menguasai pengetahuan, kompetensi, dan sikap terlebih dahulu dari mulai menggali ide usaha yang tepat dan mengelolanya dengan baik sehingga dapat bertahan atau berkembang (Nurmala et al., 2022). Menurut Founder Alvara Research Hasanuddin Ali jenis UMKM kuliner termasuk salah satu sektor terbesar yang ada di Indonesia, dengan kontribusi sekitar 41 persen dari total PDB sektor ekonomi kreatif.

Terkait UMKM pada bidang kuliner ini, Kota Malang merupakan hal yang tidak boleh dilupakan karena dapat dilihat dari banyaknya aneka ragam kuliner yang terdapat hampir di seluruh Kota Malang, terlebih lagi Kota Malang merupakan kota terbesar ke dua di Jawa Timur dan salah satu kota destinasi wisata populer serta merupakan Kota Pendidikan, yang mana dapat diketahui dari berbagai macam lembaga yang didirikan di Malang. Menurut data Badan Pusat Statistik Kota Malang (2020) terdapat 32 kampus di Kota Malang ini, diantaranya Universitas Brawijaya, Universitas Negeri Malang, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dan kampus lainnya. Hayat, (2017) selaku Dosen Universitas Islam Malang di dalam berita Times Indonesia Kota Malang selain menjadi kota wisata dan kota pendidikan, kota Malang juga termasuk kota kuliner karena hampir dipojok-pojok kota, penjual makanan dapat kita temui mulai dari kelas yang paling kecil hingga kelas yang berbintang.

Sedangkan untuk sektor perekonomian di Kota Malang, pada tahun 2022 tumbuh sangat mengesankan mencapai 6,32 persen, sedangkan angka ini bahkan melebihi pertumbuhan sebelum pandemi yang biasanya mencapai 5,72 dan 5,73 persen di tahun 2018 dan 2019 (Pemerintahan Kota Malang (2023)). Secara komparatif pertumbuhan ekonomi Kota Malang tahun 2022 ini juga lebih tinggi dari pertumbuhan ekonomi Jawa Timur yang berada di level 5,34 persen dan pertumbuhan ekonomi Nasional yang mencapai 5,31 persen. Kota Malang memiliki kurang lebih 8.000 pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Kota Malang merupakan salah satu kota yang dapat dikatakan mampu mengembangkan produk

produk kreatif di dalam segi bidang seperti bidang kuliner, pakaian, kerajinan, budidaya, dan lainnya. dari bidang tersebut yang mana sebagian besar usahanya masih berkapasitas mikro. Berdasarkan data infografis dari Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang dapat dilihat melalui grafik di bawah ini

Gambar 1.1
Industri Berdasarkan Kelas



Sumber : Diskopindag Kota Malang (2022)

Dari gambar 1.1 dapat diketahui industri berdasarkan kelas yang terdiri dari kelas mikro menduduki posisi terbanyak yaitu sebesar 1.048 atau 44%, kelas menengah sebanyak 735 atau 31% sedangkan pada posisi terakhir yaitu pada kelas kecil sebanyak 580 atau 25%. Jadi pada industri UMKM di Kota Malang ini didominasi oleh pelaku usaha mikro yaitu sebesar 44%.

Perkembangan UMKM bidang kuliner di kota Malang setiap tahun selalu mengalami kenaikan, sehingga membuat persaingan antar perusahaan menjadi semakin ketat. Menurut Fauziah Suryadi & Ilyas (2018) industri makanan terus mengalami pertumbuhan, yang mana membuat persaingan yang semakin ketat diantara para pengusaha. Oleh karena itu para pelaku UMKM harus meningkatkan

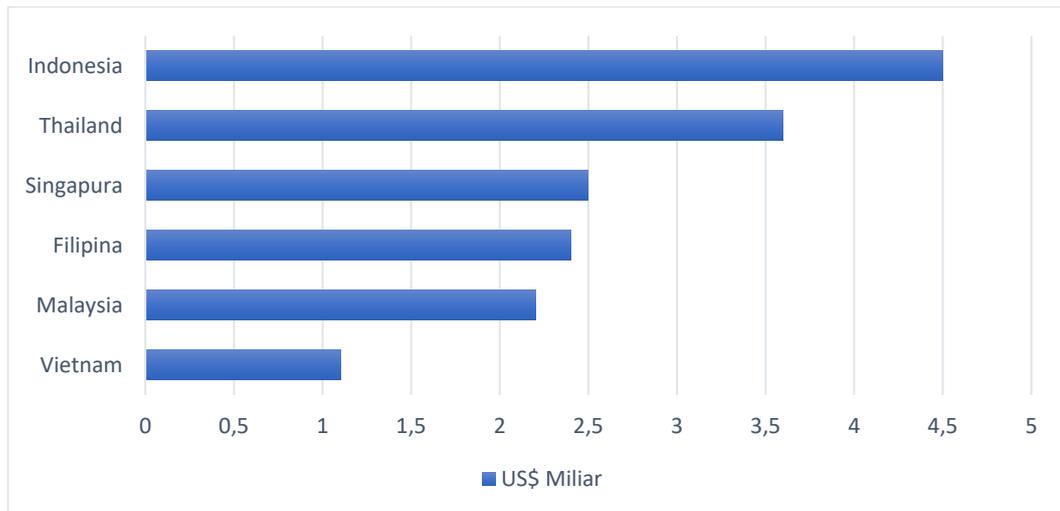
efisiensi dan inovasi dalam usahanya supaya dapat mempertahankan dalam usahanya.

Adapun salah satu untuk mempertahankan dalam usahanya yaitu dengan berbagai kegiatan pelatihan dan yang paling penting adalah kemauan pengelola UMKM sendiri dalam memperbaiki kinerjanya agar UMKM dapat tumbuh sesuai dengan harapan (Andriani & Mu'is., (2017). Menurut Rachma Rizqina Mardhotillah, (2023) selaku Dosen Fakultas Ekonomi Bisnis Teknologi Digital UNUSA di dalam berita UNUSA menjelaskan UMKM harus mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar dan teknologi, karena pengembangan bisnis UMKM menjadi kunci penting dalam menggerakkan roda perekonomian di era ini. Sementara itu menurut survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mencatat rasio pengguna internet di Indonesia telah mencapai 78,19% di tahun 2023 atau menembus 215.626.156 jiwa dari total populasi yang sebesar 275.773.901 jiwa. Perkembangan teknologi informasi saat ini begitu pesat hingga merambat hampir di segala aspek kehidupan manusia, teknologi sendiri dapat mempermudah komunikasi dan berbagi informasi, sejalan dengan perkembangan teknologi informasi akan mendukung sistem ekonomi dan kehidupan manusia terus berkembang.

Dengan adanya perkembangan teknologi tersebut yang dapat memudahkan masyarakat dalam melakukan banyak hal, serta banyaknya penggunaan internet di Indonesia maka pemanfaatan teknologi menjadi suatu peluang dalam menjalankan usaha bagi pelaku UMKM terutama di bidang kuliner, yang dimana salah satunya dalam teknologi ini yaitu transaksi jual beli online yang bisa dilakukan melalui sistem atau perangkat pada smartphone atau sejenisnya. Terkait jual beli online yang dijelaskan maka *Online food delivery* (OFD) merupakan layanan yang berbasis online adalah proses dimana makanan atau minuman yang dipesan secara online yang telah disiapkan dan dikirim ke pelanggan (Li et al., 2020).

Gambar 1.2

Negara dengan GMV Pesan-Antar Makanan Terbesar di Asia Tenggara (2022)



Sumber : Momentum Works (2022)

Berdasarkan gambar 1.2 menunjukkan Indonesia merupakan pasar layanan pesan antar makanan (*Online Food Delivery*) terbesar di Asia Tenggara tahun 2022 yang mana menurut laporan Momentum Works, nilai transaksi bruto (*gross merchant value /GMV*) layanan tersebut di Indonesia mencapai US\$4,5 miliar atau sekitar Rp67,89 triliun pada tahun 2022 (kurs Rp15.087/US\$). Berdasarkan laporan dari Populix dalam "Indonesian Shopper Behaviour, on Promotion Week in the Face of Economic Uncertainty 2023", masyarakat Indonesia sebagian besar mempergunakan uang tersebut untuk berbelanja makanan dan minuman dibandingkan dengan membeli pakaian dan barang perawatan pribadi secara online. Menurut laporan tersebut katagori makanan dan minuman menduduki peringkat pertama dengan jumlah 69%, dan disusul dengan untuk kebutuhan sehari-hari yaitu 68%, dan sisanya untuk fashion dan pakaian olahraga dengan jumlah 59%.

Layanan *online food delivery* adalah sebuah sarana yang menghubungkan konsumen dengan usaha kuliner secara online yang menghubungkan restoran atau warung dengan konsumen, yang mana platform ini menyediakan dan menampilkan restoran di kawasan tertentu sesuai lokasi konsumen (Handira, et al., 2021). Adapun alasan aplikasi order makanan diminati karena pengguna dapat lebih efisien, aman, dan nyaman saat menggunakan serta pengguna juga dapat langsung memesan kapan saja dan dimana saja melalui aplikasi. Ada beberapa *Food Delivery*

Application yang bisa digunakan untuk memperoleh makanan dan minuman antara lain GoFood, GrabFood, Shopee Food, dan lain lain. Menurut laporan dari firma riset We Are Social, sebanyak 19,85 juta warga Indonesia memanfaatkan layanan order makanan online sepanjang tahun 2022-2023 awal.

Penelitian ini merupakan perkembangan dari penelitian Tri Siwi Agustina, (2020) terkait Adopsi Teknologi Jasa Pesan Antar Makanan Online di Kalangan Perempuan Pedagang Kuliner pada Masa Pandemi Covid-19. Sedangkan untuk perbedaan penelitian ini dengan sebelumnya terdapat dari penambahan Variabel independen yaitu *habit* dan segi lokasi yang terdapat di Kota Malang serta tahun yang diteliti, karena berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Widanengsih et al., (2022) mengenai Adopsi Penggunaan Aplikasi Mobile Food Ordering dengan pendekatan Model teori *Unified Theory of Acceptance and Use of technology 2* menyarankan untuk menggunakan sampel di lokasi penelitiannya membutuhkan lokasi dengan tingkat perekonomiannya lebih tinggi lagi. Sedangkan di Kota Malang sendiri tingkat perekonomiannya lebih tinggi dari pertumbuhan ekonomi Jawa Timur. Dan juga alasan lokasi yang digunakan di Kota Malang karena penelitian ini belum pernah dilakukan.

Selanjutnya penelitian ini pernah dilakukan oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Widanengsih et al., (2022) mengenai Adopsi Penggunaan Aplikasi Mobile Food Ordering dengan pendekatan Model teori *Unified Theory of Acceptance and Use of technology 2* yang menyatakan bahwa *effort expectancy* dan *Habit* saja yang positif signifikan. Penelitian ini juga dilakukan oleh D Kadir R dan Ismail J., (2022): Multigroup Analisis Penggunaan Aplikasi Pengiriman Makanan saat Pandemi Covid-19, menunjukkan bahwa variabel *Performance Expectancy*, *Price Value* dan *Habit* yang berpengaruh terhadap *Behavior Intention* penggunaan aplikasi pengiriman makanan selama masa pandemik covid-19

Adapun untuk metode yang digunakan penelitian ini adalah model *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2* (UTAUT 2). Model UTAUT sendiri merupakan model yang dapat digunakan untuk memprediksi tingkat

penerimaan dan penggunaan teknologi informasi oleh penggunanya. Model UTAUT merupakan salah satu model penerimaan teknologi terkini yang dikembangkan oleh Venkatesh, dkk pada tahun 2003 dan dikembangkan lagi pada tahun 2012 yaitu UTAUT 2. Pada UTAUT 2 ini terdapat 7 variabel independen yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *Hedonic Motivation*, *Price Value* dan *Habit*. dan 2 variabel dependen yaitu *Behavioral intention* dan *Use Behavior*.

Untuk penelitian ini tidak menggunakan semua variabel independen yang ada di dalam teori *Unified Theory of Acceptance and Use of technology 2*. Akan tetapi ada beberapa variabel independen saja yang di pilih di antaranya ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), kondisi pendukung (*facilitating conditions*) dan kebiasaan (*habit*). Sedangkan untuk variabel dependennya yaitu Niat perilaku (*Behavioural Intentions*) dan Perilaku pengguna (*Use Behavioural*).

Faktor *performance expectancy* dipilih karena diartikan sebagai tingkat kepercayaan dan manfaat yang didapatkan oleh konsumen dalam menggunakan teknologi untuk melaksanakan kegiatan sehari-hari. *performance expectancy* adalah keyakinan individu bahwa teknologi akan memfasilitasi aktivitas sehari hari (Venkatesh et al., 2003). Dalam menentukan niat perilaku seseorang maka ekspektasi kinerja merupakan salah satu variabel yang penting di dalam UTAUT.

Faktor *effort expectancy* merupakan penggunaan teknologi dapat memberikan kemudahan pada seseorang. Menurut Venkatesh et al., (2003) dan Davis, (1989) mengidentifikasikan bahwa kemudahan pemakaian mempunyai pengaruh terhadap penggunaan teknologi informasi, jadi dapat disimpulkan Kemudahan penggunaan teknologi informasi akan menimbulkan perasaan dalam diri seseorang bahwa sistem itu mempunyai kegunaan dan karenanya menimbulkan rasa yang nyaman bila bekerja dengan menggunakannya.

Faktor *social influence* yaitu faktor yang menunjukkan perilaku seseorang dalam menerima sebuah teknologi. Menurut Venkatesh et al., (2003) pengaruh

sosial merupakan seberapa pengaruh orang lain kepada kepercayaan seseorang akan pentingnya penggunaan teknologi.

Faktor *facilitating conditions* merupakan variabel yang menjelaskan seorang individu percaya bahwa infrastruktur dan teknis dan organisasi yang ada dapat mendukung dalam menggunakan teknologi (Venkatesh et al., 2003).

Faktor *Habit* adalah kebiasaan seseorang dalam penggunaan suatu teknologi sudah dianggap sebagai penentu banyak orang yang sudah terbiasa untuk menggunakan teknologi. Menurut (Venkatesh et al., 2012) *Habit* merupakan tingkat dimana individu berkeinginan melakukan suatu hal secara otomatis karena sudah mempelajarinya dari sebelumnya.

Hasil dari penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang berbeda beda. Melihat hasil dari penelitian terdahulu yang saling bertentangan dikarenakan lokasi dalam penelitiannya, dengan demikian perlu diajukan penelitin ini dengan lokasi di Kota Malang, mengingat Kota Malang merupakan tingkat perekonomian tertinggi di Jawa Timur dan daerah distensi wisata serta Kota Pendidikan yang mana hal ini memicu banyaknya UMKM. Berdasarkan Latar Belakang yang sudah dijelaskan diatas, maka peneliti ingin melakukan penelitian dan mengeksplorasi untuk mengetahui serta mengambil judul penelitian **“Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penggunaan Aplikasi Order Makanan Pada Pelaku UMKM di Kota Malang Menggunakan metode UTAUT 2”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah *performance expectancy* (ekspetasi kinerja) berpengaruh terhadap behavioral intention dalam penggunaan aplikasi order makanan pada pelaku UMKM ?
2. Apakah *effort expectancy* (ekspetasi usaha) berpengaruh terhadap behavioral intention dalam aplikasi order makanan pada pelaku UMKM ?

3. Apakah *social influence* (pengaruh sosial) berpengaruh terhadap behavioral intention dalam penggunaan aplikasi order makanan pada pelaku UMKM ?
4. Apakah *facilitating conditions* (kondisi pendukung) berpengaruh terhadap behavioral intention dan use behavior dalam penggunaan aplikasi order makanan pada pelaku UMKM ?
5. Apakah *habit* (kebiasaan) berpengaruh terhadap behavioral intention dalam penggunaan aplikasi order makanan pada pelaku UMKM ?
6. Apakah *behavioral intention* (niat perilaku) berpengaruh terhadap *use behavior* dalam penggunaan aplikasi order makanan pada pelaku UMKM ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui pengaruh *performance expectancy* (ekspektasi kinerja) terhadap behavioral intention dalam penggunaan aplikasi order makanan pada pelaku UMKM.
2. Mengetahui pengaruh *effort expectancy* (ekspektasi usaha) terhadap behavioral intention dalam aplikasi order makanan pada pelaku UMKM.
3. Mengetahui pengaruh *social influence* (pengaruh sosial) terhadap behavioral intention dalam penggunaan aplikasi order makanan pada pelaku UMKM.
4. Mengetahui pengaruh *facilitating conditions* (kondisi pendukung) terhadap behavioral intention dan use behavior dalam penggunaan aplikasi order makanan pada pelaku UMKM.
5. Mengetahui pengaruh *habit* (kebiasaan) terhadap behavioral intention dalam penggunaan aplikasi order makanan pada pelaku UMKM.
6. Mengetahui pengaruh *behavioral intention* (niat perilaku) terhadap *use behavior* dalam penggunaan aplikasi order makanan pada pelaku UMKM ?

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam menambah keilmuan dalam bidang teknologi informasi suatu bisnis, dan dapat memberi manfaat pengetahuan kepada pembaca serta memberikan referensi kepada penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menerapkan ilmu dan teori yang diperoleh selama kuliah serta dapat memperluas wawasan
2. Bagi UMKM, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat serta menjadi pertimbangan bagi para pelaku.

BAB 2
KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan tidak terlepas dari penelitian-penelitian sebelumnya yang sudah dilakukan. Didalam penelitian terdahulu ditemukan banyak persamaan akan tetapi banyak pula perbedaan yang ditemukan antara penelitian satu dengan yang lainnya. Berbagai hasil penelitian terdahulu akan menjadi sumber referensi untuk menemukan kebaruan atau juga *research gap* untuk penelitian selanjutnya. Berikut ini adalah tabel 2.1 penelitian terdahulu yang menjadi referensi penelitian :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel	Metode/Analisis Data	Hasil Peneliian
1.	Fitri Yutika (2023) : Apakah Faktor-Faktor dalam Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Pesan-Antar Makanan pada UMKM Coffee Shop?	Variabel inependen meliputi : variabel UTAUT 2 yaitu <i>performance expectancy, facilitating conditions, Social Influence, Perceived Technology Security, Price Value dan Personal Innovativeness</i>	Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Metode pengambilan sampel adalah purposive sampling. Penelitian ini dilakukan kepada 70 UMKM Coffee Shop di Kota Pontianak dengan cara penyebaran kuesioner. Data dianalisis menggunakan metode Structural Equation Modeling dengan software SmartPLS.	Personal Innovativeness secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap tingkat adopsi FDA pada pelaku UMKM Coffee Shop di Kota Pontianak. <i>Performance Expectancy, Facilitating Condition, Social Influence, Perceived Technology Security, dan Price Value</i> tidak berpengaruh

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel	Metode/Analisis Data	Hasil Peneliian
		Sedangkan variabel dependennya minat berperilaku dalam penggunaan Aplikasi Pesan Antar Makanan pada UMKM <i>Coffee Shop</i>		signifikan terhadap minat perilaku <i>Adoption of FDA</i> pada pelaku UMKM <i>Coffee Shop</i> di Kota Pontianak.
2.	Miftakhul Fitria Nugraheni, Dian Eka Ratnawati, Widhy Hayuhardhika Nugraha Putra (2023) : ANALISIS TINGKAT PENERIMAAN PENERAPAN APLIKASI PEMESANAN DINE IN TERINTEGRASI PEMBAYARAN	Variabel dependen yaitu niat perilaku (<i>behavioral intention</i>) pada aplikasi Pemesanan Dine In Terintegasi Pembayaran Digital Variabel Independen yaitu; model UTAUT terdiri dari ekspektasi kinerja, pengaruh sosial,	Pada penelitian ini menggunakan model UTAUT dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel non-probabilitas yang dipilih adalah purposive sampling. Peneliti ingin memilih sampel yang dapat memberikan informasi yang relevan dan spesifik. Data yang didapatkan dianalisis	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pelanggan menerima penerapan aplikasi Interactive MyOrder QR Code dengan dibuktikan adanya variabel ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, dan kondisi pendukung yang berpengaruh terhadap niat perilaku menggunakan sistem. Variabel

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel	Metode/Analisis Data	Hasil Peneliiian
	DIGITAL (STUDI KASUS : RESTO & CAFE OMAH TEPI SAWAH)	dan kondisi pendukung yang berpengaruh terhadap niat perilaku.	menggunakan teknik SEM-PLS.	kondisi pendukung memiliki kontribusi yang besar terhadap variabel niat perilaku untuk menggunakan sistem karena memiliki nilai t-statistic yang lebih besar daripada variabel lainnya.
3.	Manaar, Dedy Setiawn, dan Ulfa Khaira (2023) : Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Perilaku Pengguna Layanan GoFood di Masa Pandemi Covid-19 Menggunakan Metode UTAUT 2	Variabel dalam penelitian ini terdiri dari tiga variabel, yaitu variabel independen variabel dependen dan Variabel Moderator. Variabel independen dalam penelitian ini adalah <i>Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating</i>	Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Analisis Deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan data yang telah terkumpul. Metode yang digunakan pada analisis data dan pengujian hipotesis dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode Structural Equation Model Partial Least	Berdasarkan hasil pengujian hipotesis bahwa <i>Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence Facilitating Conditions, Hedonic Motivation dan Price Value</i> tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap <i>Behavioural Intention</i> . Adapun variabel <i>Habit</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Behavioural</i>

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel	Metode/Analisis Data	Hasil Peneliiian
		<p><i>Condition, Hedonic Motivation, Price Value dan Habit.</i></p> <p>Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Behavioral Intention dan Use Behavior dan Variabel Moderator yaitu Age, Gander dan Experience</p>	<p>Square (SEM-PLS) dengan menggunakan perangkat lunak SmartPLS 3.0</p>	<p><i>Intention</i> serta variabel Facilitating Conditions, Habit dan <i>Behavioural Intention</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Use Behavior</i> layanan GoFood di kota Jambi.</p>
4.	<p>Rudi Abdul Rohman, Dayan Singasati, Dede Irmayanti (2022) : Analisis Penerimaan dan Penggunaan Fitur GoFood pada Aplikasi Gojek dengan menggunakan metode <i>Unified Theory Of Acceptance And</i></p>	<p>Variabel Independen yaitu; model UTAUT terdiri dari <i>Performance Expectancy</i> (ekspetasi kinerja), <i>Effort Expectancy</i> (ekspetasi usaha), <i>Social Influence</i> (pengaruh sosial), dan <i>Facilitating Condition</i></p>	<p>Pada penelitian ini menggunakan model UTAUT dengan pendekatan kuantitatif. Metode analisis data dengan menggunakan Structural Equation Modelling (SEM) dengan model analisis data menggunakan The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</p>	<p>Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Tidak terdapat hubungan positif dan signifikan antara ekspektansi kinerja (PE) terhadap minat berperilaku (BI). Terdapat hubungan positif dan signifikan antara ekspektansi Usaha (EE) terhadap minat berperilaku</p>

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel	Metode/Analisis Data	Hasil Peneliian
	<p><i>Use Of Technology</i> (UTAUT) (Studi Kasus : Sekolah Tinggi Teknologi Wastukencana Purwakarta)</p>	<p>(kondisi pemfasilitas)</p> <p>Variabel dependen yaitu niat perilaku (<i>behavioral intention</i>) pada aplikasi Pemesanan Dine In Terintegasi Pembayaran Digital</p>	<p>(UTAUT). Pengolahan datanya menggunakan aplikasi SPSS versi 24.0 dan IBM SPSS AMOS versi 22.0</p>	<p>(BI). Terdapat hubungan positif dan signifikan antara pengaruh sosial (SI) terhadapminat keperilakuan (BI). Terdapat hubungan positif dan signifikan antara kondisi-kondisi memfasilitasi (FC) terhadap perilaku pengguna (UB). Terdapat hubungan positif dan signifikan antara minat keperilakuan (BI) terhadap perilaku pengguna (UB).</p>
5.	<p>Putri Riani Frisilia (2022) : Analisis Penerimaan pengguna terhadap Layanan Shopee Food pada Aplikasi Shopee</p>	<p>Variabel independen meliputi : variabel UTAUT 2 yaitu <i>performance expectancy, social influence, dan Facilitating Condition.</i></p>	<p>Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel non-probabilitas yang dipilih adalah purposive sampling. Model yang digunakan dalam</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>performance expectancy</i> dan <i>social influence</i> tidak berpengaruh terhadap <i>Behavioral Intention,</i></p>

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel	Metode/Analisis Data	Hasil Peneliiian
	menggunakan Model Modifikasi UTAUT 2	<p><i>Hedonic motivation, price value dan habit.</i></p> <p>Sedangkan variabel dependennya yaitu <i>behavioral intention dan use behavior</i>, serta 4 variabel moderator (gender, age, experience dan voluntariness of use)</p>	<p>penelitian ini adalah model <i>Unified Theory of Acceptance and Use of technology 2</i> (UTAUT 2). Dengan penambahan 2 variabel yaitu <i>Perceive Trust</i> dan <i>Perceivend Value</i></p>	<p>Sedangkan <i>Habit</i> berpengaruh besar terhadap <i>Behavioral Intention</i> dan penambahan 2 variabel yaitu <i>Perceive Trust</i> dan <i>Perceivend Value</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Behavioral Intention</i></p>
6.	Euis Widanengsih, Win Kurniadi, Henny Destiana (2022) : ADOPSI PENGGUNAAN APLIKASI MOBILE FOOD ORDERING DENGAN PENDEKATAN	<p>Variabel Independennya adalah : model UTAUT 2 adalah <i>performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, Hedonic</i></p>	<p>Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Metode pengumpulan data yang dilakukan yaitu data yang diperoleh melalui website resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu www.idx.co.id. Data tersebut adalah</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>Effort Expectance, Habit</i>, dan <i>Behavioural Intentions</i> berpengaruh signifikan terhadap niat pelaku untuk menggunakan Aplikasi.</p>

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel	Metode/Analisis Data	Hasil Peneliian
	MODEL UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 2	<p><i>Motivation, Price Value, dan Habit</i></p> <p>sedangkan variabel endogen (<i>construct endogen</i>)</p> <p>Variabel Dependen yaitu <i>behavioral intention</i> dan <i>use behavior</i> Aplikasi <i>Mobile Food Ordering</i></p>	data laporan tahunan (annual report) perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2013-2015.	Sedangkan <i>Performance Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Hedonic Motivation,</i> dan <i>Price Value</i> tidak signifikan terhadap niat pelaku untuk menggunakan aplikasi.
7.	Shyndi Dwita Fania dan Dedy Rahman Prehanto (2022) : Analisis Faktor yang Mempengaruhi Intensi Pengguna Shopee Food pada Aplikasi Shopee Menggunakan Metode UTAUT 2	Variabel independen dimana semua variabel UTAUT 2 yaitu performance expectancy, facilitating conditions, effort expectancy, hedonic motivation, social	Penelitiann ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif. Dengan Tahapan penelitian dimulai dari mengidentifikasi masalah, studi literatur, penyusunan hipotesis, penyusunan kuesioner, pengumpulan data,	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Semua variabel independen yaitu <i>performance expectancy, facilitating conditions, effort expectancy, social influence, hedonic motivation, price value,</i> dan <i>habit</i> berpengaruh positif

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel	Metode/Analisis Data	Hasil Peneliian
		influence, price value, dan habit. Variabel dependen yaitu <i>behavioural intention to use</i> pada penggunaan Shopee Food.	analisis data, hasil, kesimpulan dan saran	signifikan terhadap variabel dependen yaitu <i>behavioural intention to use</i> shopeefood di Kota Surabaya.
8.	Rifadli D. Kadir dan Juniaty Ismail (2022) : Multigroup Analisis Penggunaan Aplikasi Pengiriman Makanan saat Pandemi Covid-19	Variabel independen meliputi : variabel UTAUT 2 yaitu <i>Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Price Value, Hedonic Motivation</i> , dan <i>Habit</i> Sedangkan variabel dependennya yaitu <i>behavioral intention</i> pada	Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Data didapatkan dengan menggunakan kuesioner pada sampel yang berada di Provinsi Gorontalo pada masa pandemik covid-19 sebanyak 134 responden. Variabel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan model UTAUT2 dengan variabel <i>Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ekspektasi Kinerja, Nilai Harga, dan Kebiasaan berpengaruh terhadap Niat Perilaku. Sedangkan untuk <i>Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Condition</i> , dan <i>Hedonic Motivation</i> tidak berpengaruh terhadap niat berperilaku menggunakan aplikasi <i>food delivery</i>

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel	Metode/Analisis Data	Hasil Peneliian
		Aplikasi Pengirim Makanan.	<i>Conditions, Price Value, Hedonic Motivation, dan Habit</i> terhadap <i>behavior intention</i> penggunaan aplikasi pengiriman makanan online (<i>food delivery apps</i>). variabel di atas kemudian dianalisis menggunakan metode SEM dengan alat analisis SEM-PLS	
9.	Siti Rahayu, Calvin Agatha, Prita Ayu Kusumawardhani (2022) : Determinan Penggunaan Mobile Food Ordering Applications selama Pandemi COVID-19 di Indonesia	Variabel dependen yaitu Penggunaan <i>continued intention</i> dan <i>e-satisfaction</i> <i>Mobile Food Ordering Applications</i> Variabel Independen yaitu; model UTAUT terdiri dari <i>Effort expectancy, social influence,</i>	Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif yang menggunakan kuisisioner sebagai alat pengumpulan data. Sumber data penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada 235 responden yang pernah menggunakan aplikasi	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Performance expectancy, habit, online review, dan online rating mempengaruhi continuous intention. <i>Effort expectancy, social influence, facilitating conditions, price value, hedonic motivation, dan online tracking</i> tidak

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel	Metode/Analisis Data	Hasil Peneliian
		<i>facilitating conditions, price value, hedonic motivation dan online tracking.</i>	pemesanan makanan online di Indonesia selama masa pandemi COVID-19. Penyebaran kuesioner diproses secara online menggunakan situs web koleksi elektronik (google form). Penelitian ini diolah menggunakan metode SEM dengan SPSS 24 dan AMOS 23	mempengaruhi continuous intention. <i>Pengaruh effort expectancy, facilitating conditions, online review, online rating, and online tracking terhadap e-satisfaction terdukung. Pengaruh performance expectancy, social influence, price value, dan hedonic motivation terhadap e-satisfaction tidak terdukung</i>
10.	Tri Siwi Agustina (2020) : Adopsi Teknologi Jasa Pesan Antar Makanan Online di Kalangan Perempuan Pedagang Kuliner pada Masa	Variabel dependen adalah minat keperilakuan (<i>behavioral intention</i>) dan perilaku pengguna (<i>use behavior</i>) Variabel Independen dari	Pendekatan kuantitatif digunakan pada penelitian ini. Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari data primer yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner	Hasil penelitian yang diperoleh adalah behaviour intention untuk mengadopsi GoFood dan Grabfood di kalangan perempuan pedagang kuliner di Kota Surabaya terbukti dipengaruhi

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel	Metode/Analisis Data	Hasil Peneliian
	Pandemi Covid-19	<i>Effort expectancy, social influence, facilitating conditions,</i>		harapan akan kinerja (performance expectancy), harapan akan usaha (effort expectancy), pengaruh sosial (social influence). Akan tetapi kondisi pendukung (facilitating condition) terbukti tidak berpengaruh pada niat untuk berperilaku (behavior intention)

Di dalam sebuah penelitian pasti ada persamaan dan juga perbedaan dari penelitian sebelumnya. Untuk persamaan dari penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada metode yang digunakan yaitu sama sama menggunakan model UTAUT dan juga untuk penelitian yang dilakukan menggunakan metode kuantitatif dengan penyebaran kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Akan tetapi untuk perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada segi faktor-faktor yang mempengaruhi variabel dan lokasi yang digunakan dalam penelitian ini bertempat di Kota Malang yang mana dari segi penggunaan aplikasi order makanan menggunakan metode UTAUT 2 yang belum pernah dilakukan penelitian sebelumnya.

2.2 Kajian Teori

2.2.1 Teori UTAUT

Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT) merupakan teori yang dapat digunakan untuk memprediksi tingkat penerimaan dan penggunaan teknologi informasi oleh penggunanya. Model UTAUT sendiri merupakan salah satu model penerimaan teknologi terkini yang dikembangkan oleh Venkatesh, dkk. Model UTAUT merupakan gabungan dari 8 model penerimaan yang sudah ada dan sudah terpublikasi yaitu model *theory of reasoned action* (TRA), *technology acceptance model* (TAM), *motivational model* (MM), *theory of planned behavior* (TPB), *combined TAM and TPB*, *model of PC utilization* (MPTU), *innovation diffusion theory* (IDT), dan *social cognitive theory* (SCT). Dari kedelapan teori tersebut UTAUT terbukti lebih berhasil dalam menjelaskan hingga 70 persen varian pengguna (Venkatesh et al., 2003).

Menurut Venkatesh et al., (2003) model UTAUT terdiri 4 variabel independen yaitu ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), dan kondisi pendukung (*facilitating conditions*) dan 2 variabel dependen yaitu minat berperilaku (*behavioral intention*) dan perilaku pengguna (*use behavior*). Disamping variabel tersebut terdapat empat moderator: *gender*, *age*, *experience*, dan *voluntariness of use* untuk memposisikan moderasi dampak dari keempat variabel independen kepada variabel dependen pada *behavioral intention* dan *use behavior*. Sedangkan untuk model UTAUT 2 terdapat penambahan pada variabel independen yaitu *Hedonic Motivation*, *Price Value* dan *Habit*. tidak seperti UTAUT yang konteksnya adalah organisasi, UTAUT 2 ini mampu menjelaskan penerimaan teknologi dari konteks *consumer use*.

2.2.2 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki dan dijalankan oleh perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro, kecil dan menengah. Ada beberapa usaha yang termasuk kriteria UMKM seperti usaha kuliner yang paling diminati banyak orang bahkan hingga kalangan

muda sekalipun. Berbekal inovasi dalam bidang makanan dengan modal yang tidak terlalu besar bisnis ini terbilang cukup menjanjikan mengingat setiap hari semua orang membutuhkan makanan, usaha fashion bisnis yang berjalan di bidang busana, usaha agribisnis dan masih banyak yang lainnya. Tidak semua usaha bisa dikatakan sebagai UMKM karena ada beberapa usaha yang justru memiliki omzet melebihi Usaha mikro, kecil dan menengah atau UMKM dalam 1 tahunnya. Karakteristik UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) adalah sifat atau kondisi faktual yang melekat pada aktivitas usaha maupun perilaku pengusaha yang bersangkutan dalam menjalankan bisnisnya. Ciri ini yang menjadi perbedaan dan karakteristik antara pelaku usaha dengan skala usaha yang dijalankannya.

Berdasarkan Pasal 35 ayat 3 dan 5 dari Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (PP UMKM) Kriteria UMKM dikelompokkan berdasarkan dua kriteria yaitu modal usaha dan hasil penjualan tahunan. Kriteria modal usaha tersebut terdiri atas: Usaha Mikro memiliki modal usaha paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, Usaha Kecil memiliki modal usaha lebih dari Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) – Rp 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dan Usaha Menengah memiliki modal usaha lebih dari Rp 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) – Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

Selain dari modal usaha nilai transaksi penjualan dalam usah juga termasuk dalam kriteria dengan jangka waktu satu tahun. Kriteria hasil penjualan tersebut terdiri atas: Usaha Mikro memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah), Usaha Kecil memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah) – Rp 15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah), dan Usaha Menengah memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah) – Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah). Selain kriteria modal usaha dan hasil penjualan tahunan, kementerian/lembaga negara dapat menggunakan kriteria lain meskipun bersifat

kondisional seperti Nilai omzet, Kekayaan bersih, Nilai investasi, Jumlah tenaga kerja, Insentif dan disentif, Kandungan lokal, Penerapan teknologi ramah lingkungan sesuai sektor usaha.

Dalam Islam melakukan berbisnis atau usaha merupakan hal yang di halalkan selama didalamnya terkandung kaidah kaidah islam. Perbuatan ini dapat dibuktikan bahwa nabi Muhammad SAW pada awalnya seorang pedagang. Begitu juga dengan para sahabat sahabatnya di zaman dulu merupakan pedagang yang sukses. Allah SWT menjadikan manusia sebagai khalifah fil Ardli yang artinya, manusia menjadi penanggung jawab kehidupan di bumi. Dalam menjalankan usaha dibutuhkan kerja keras, dan tujuan dari usaha tersebut merupakan bentuk mengelola apa yang Allah SWT ciptakan. Yang ini tertera di dalam ayat suci Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 30

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلٰٓئِكَةِ اِنِّيْ جَاعِلٌ فِى الْاَرْضِ خَلِيْفَةًۭۙ قَالُوْۤا اَتَجْعَلُ فِيْهَا مَنْ يُفْسِدُ فِيْهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَآءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَۗ قَالَ اِنِّيْۤ اَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُوْنَ

Dan (ingatlah) ketika Tuhanmu berfirman kepada para malaikat, “*Aku hendak menjadikan khalifah di bumi.*” Mereka berkata, “*Apakah Engkau hendak menjadikan orang yang merusak dan menumpahkan darah di sana, sedangkan kami bertasbih memuji-Mu dan menyucikan nama-Mu?*” Dia berfirman, “*Sungguh, Aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui.*”

Di dalam Islam bekerja atau kegiatan dalam usaha merupakan hal ibadah untuk mencari rezeki dari Allah SWT guna mempertahankan kehidupannya guna untuk kesejahteraan sosial. Bekerja untuk mendapatkan rezeki yang halalan thayiban termasuk kedalam jihad di jalan Allah. Hal ini sesuai dalam sebuah hadits, Rasulullah SAW bersabda: "*Barangsiapa bekerja untuk anak dan istrinya melalui jalan yang halal, maka bagi mereka pahala seperti orang yang berjihad di jalan Allah.*" (HR Bukhari). Salah satu usaha atau bekerja tersebut adalah UMKM. Perintah tersebut untuk bekerja berlaku kepada semua orang tanpa memandang jabatan, status, dan tingkat. Di dalam ayat suci Al Qur'an Allah SWT berfirman dalam Q.S At-Taubah ayat 105 sebagai berikut:

وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ
فَيُنبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Artinya: "Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan."

Dalam surah tersebut menjelaskan bahwa Allah SWT dan Rasulnya memerintahkan kepada semua umatnya untuk bekerja, dan setiap pekerjaan akan terus dilihat oleh Allah SWT sebagai amal perbuatan yang akan dipertanggung jawabkan pada hari akhir nanti.

2.2.3 Pengertian dan Jenis Aplikasi Order Makanan (*Online Food Delivery*)

Mengingat makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok maka hal ini usaha kuliner merupakan usaha yang cukup menjanjikan. Dengan kesibukan orang atau prefensi mereka di dalam kenyamanan di rumah atau ditempat lain maka hal ini membuat orang menjadi malas keluar untuk mencari makana dan minuman yang di inginkan. Layanan *online food delivery* adalah sebuah sarana yang menghubungkan konsumen dengan usaha kuliner secara online yang menghubungkan restoran atau warung dengan konsumen, yang mana platform ini menyediakan dan menampilkan restoran di kawasan tertentu sesuai lokasi konsumen (Handira et al., 2021). Jadi setelah para pelaku konsumen memilih makanan atau minuman yang tersedian di aplikasi maka barang tersebut akan diantar langsung ke depan pintu atau tujuan. Artinya konsumen tidak perlu pergi ke warung atau restoran untuk mendapatkan makanan dan minuman yang diinginkan secara fisik.

Layanan *online food delivery* juga termasuk kedalam *E Commerce* karena proses terjadinya transaksi jual beli yang dalam prakteknya dilakukan secara online melalui media elektronik. Jadi Layanan *online food delivery* membutuhkan aplikasi seluler atau situs web secara online untuk menghubungkan antara pelanggan dengan restoran mitra. Aplikasi order makanan (*Food Delivery Application*) adalah

aplikasi yang memungkinkan orang menggunakan ponsel cerdas atau perangkat lain untuk memesan makanan atau minuman secara online dari warung makan atau restoran lokal (Bonavhisna & Hidayati, 2023). Konsumen dapat langsung melihat menu, memesan, hingga melakukan pembayaran melalui aplikasi digital (Setiawan, dkk: 2018). Jadi Pelanggan akan memesan melalui *Platform* atau *Food Delivery Application* di *smartphone*, restoran menerima pesanan dan menyiapkan makanan kemudian driver sebagai mitra pengemudi dari *Food Delivery Application* akan menjemput pesanan ke restoran dan mengantarkan pesanan ke alamat pelanggan.

Menurut laporan dari firma riset We Are Social, sebanyak 19,85 juta warga Indonesia memanfaatkan layanan order makanan online semacam GrabFood, GoFood, Shopee food, dkk sepanjang tahun 2022-2023 awal. Angka itu naik 16,5% secara tahun-ke-tahun (YoY) atau meningkat 2,8 juta orang dari periode sebelumnya. Ada beberapa *Food Delivery Application* yang bisa digunakan untuk memperoleh makanan dan minuman antara lain :

1. Gojek yang didirikan pada 5 oktober 2010 oleh Nadiem Makarim merupakan aplikasi yang terkenal berkat ojek online ini sudah lama memiliki layanan GoFood, salah satu andalan untuk membeli makanan ketika tidak bisa keluar dari rumah.
2. Shopee yang didirikan pada 5 februari 2015 oleh Forrest Li asal Singapura merupakan platform belanja online Shopee bukan hanya terkenal untuk membeli gawai maupun barang-barang fesyen, namun, juga makanan lewat Shopee Food.
3. Grab sama seperti Gojek merupakan aplikasi layanan on-demand Grab juga memiliki layanan pesan antar makanan GrabFood, yang menawarkan berbagai pilihan restoran dan ragam makanan. Aplikasi ini berdiri pada Oktober 2012 di Malaysia oleh an Hooi Long bersama Anthony Tan. Aplikasi ini mulai hadir di Indonesia pada Mei 2014.
4. Kulina berdiri pada tahun 2016 oleh Andy Fajar Handika merupakan aplikasi Kulina berfungsi layaknya memesan katering makanan, selain melihat pilihan makanan, pengguna juga bisa melihat rumah makan yang menyediakan layanan pengiriman makanan.

Dari hasil riset Tenggara Strategics Aplikasi GoFood menjadi layanan OFD nomor satu di Indonesia lalu diikuti oleh layanan Shopee Food dan GrabFood berdasarkan brand awareness konsumen Gofood 50%, Shopee Food 28% dan GrabFood 22% (Tenggara Strategics, 2022). Berdasarkan nilai transaksi dari hasil survei Tenggara Strategics GoFood masih menjadi nomor satu dengan nilai transaksi sebesar Rp30,65 triliun. Sementara Shopee Food, meski baru beroperasi sejak 2021, namun nilai transaksi yang tercatat mencapai sebesar Rp26,49 triliun.

2.3 Faktor Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Order

Makanan

2.3.1 *Performance Expectancy* (Ekspetasi Kinerja)

Perkembangan teknologi semakin pesat dan cepat, khususnya teknologi informasi dan komunikasi hal ini ini teknologi teknologi sudah menjadi bagian dari kehidupan sehari hari karena teknologi adalah salah satu kebutuhan untuk menunjang aktivitas dan perkembangan setiap individu. *Performance Expectancy* adalah keyakinan individu bahwa teknologi akan memfasilitasi aktivitas sehari hari (Venkatesh et al., 2003). Dalam menentukan niat perilaku seseorang maka *Performance Expectancy* merupakan salah satu variabel yang penting di dalam UTAUT. Yang artinya *Performance Expectancy* adalah derajat seseorang mempercayai bahwa dengan memanfaatkan teknologi informasi dapat membantu kinerja pekerjaan seseorang tersebut (Krismadinata et al., 2018).

Beberapa peneliti menemukan bahwa *Performance Expectancy* memiliki pengaruh signifikan yang positif terhadap *Adoption of GoBiz* para pelaku UMKM makanan dan minuman (Fitri Yutika et al., 2023). Dan ini juga diperkuat oleh Fania & Prehanto (2022) dimana *Performance Expectancy* juga berpengaruh signifikan terhadap penggunaan shopeefood pada aplikasi shopee. Dapat disimpulkan jika seseorang merasakan sebuah teknologi baru atau layanan baru dan berguna bagi dirinya maka orang tersebut cenderung akan menggunakannya dan sikap nya akan terus ditingkatkan (Dwivedi et al., 2017).

2.3.2 *Effort Expectancy* (Ekspetasi Usaha)

Effort expectancy didefinisikan sebagai tingkat upaya atau usaha yang terkait dengan menggunakan sistem teknologi oleh pengguna. Dari variabel *Effort expectancy* ini berisi mengenai tingkat kemudahan yang dirasakan pengguna yang menimbulkan dampak terhadap antusiasme seseorang dalam menggunakan pesanan online dan bagaimana perasaan seseorang tersebut. Menurut Venkatesh, et al., (2003) dan Davis, et al., (1989) mengidentifikasi bahwa kemudahan pemakaian mempunyai pengaruh terhadap penggunaan teknologi informasi jadi dapat disimpulkan Kemudahan penggunaan teknologi informasi akan menimbulkan perasaan dalam diri seseorang bahwa sistem itu mempunyai kegunaan dan karenanya menimbulkan rasa yang nyaman bila bekerja dengan menggunakannya. Hal ini juga sependapat dengan penelitian (Widanengsih et al., 2022) yang mengatakan pengguna aplikasi merasakan bahwa usaha pengembang menyediakan aplikasi pemesanan makanan dirasakan semakin hari semakin baik, tampilan yang semakin mudah digunakan dengan adanya inovasi yang dilakukannya membuat niat menggunakan semakin meningkat.

Davis (1989) memberikan beberapa indikator terkait kemudahan penggunaan teknologi informasi yaitu: Teknologi Informasi sangat mudah dipahami, Teknologi Informasi mudah untuk dikerjakan dengan keterampilan akan semakin bertambah dalam menggunakannya, dan Teknologi Informasi mudah untuk dioperasikan. Dari beberapa penjelasan di atas bahwa teknologi merupakan suatu yang fleksibel, mudah dipahami dan dipelajari serta mudah untuk dikerjakan dalam hal pengoperasiannya, yang ini menjadi minat dalam menggunakan teknologi informasi.

2.3.3 Social Influence (Pengaruh Sosial)

Social Influence didefinisikan sebagai sejauh mana atau dorongan yang berasal dari luar lingkungan oleh suatu individual mempercayai oleh orang lain sehingga memiliki tindakan untuk menggunakan teknologi yang akan mempengaruhinya. Menurut Gharaibeh et al., (2018) faktor lain untuk mempengaruhi seseorang menggunakan suatu teknologi adalah ajakan atau

rekomendasi dari teman, keluarga ataupun orang lain sehingga seseorang mau untuk menggunakan teknologi informasi.

Dalam penelitian ini *Social Influence* mendefinisikan peran sosial yang berasal dari orang lain atau sekitar mengenai pengaruh pengguna aplikasi order makanan. Fungsi pengaruh sosial dalam keputusan penerimaan teknologi bersifat kompleks dan bergantung kepada sejumlah variabel. Menurut Venkatesh dan Davis et al., (2000) pengaruh sosial berdampak kepada perilaku individual melalui tiga hal mekanisme yaitu ketaatan (*compliance*), internalisasi (*internalization*), dan identifikasi (*identification*). Pengaruh sosial juga berpengaruh terhadap pola pikir individu melalui lingkungan baik kerja maupun pergaulan (Setiawan et al., 2019). Dapat disimpulkan bahwa semakin banyak pengaruh yang diberikan lingkungan terhadap individual kepada penggunaan teknologi maka semakin besar minat atau perasaan yang timbul untuk menggunakan teknologi.

2.3.4 *Facilitating Conditions* (Kondisi Pendukung)

Facilitating Conditions adalah sejauh mana tingkat seseorang percaya bahwa sumber daya dan dukungan organisasi serta infrastruktur tersedia untuk mendukung penggunaan sistem. Menurut Venkatesh et al., (2003) *Facilitating Conditions* merupakan variabel yang menjelaskan seorang individu percaya bahwa infrastruktur dan teknis dan organisasi yang ada dapat mendukung dalam menggunakan teknologi. Sedangkan menurut Teo, et al., (2010) *Facilitating Conditions* adalah faktor penghalang yang dirasakan oleh seseorang di dalam lingkungan dan dapat memengaruhi prepensi seseorang mengenai kemudahan atau kesulitan dalam melakukan tugasnya.

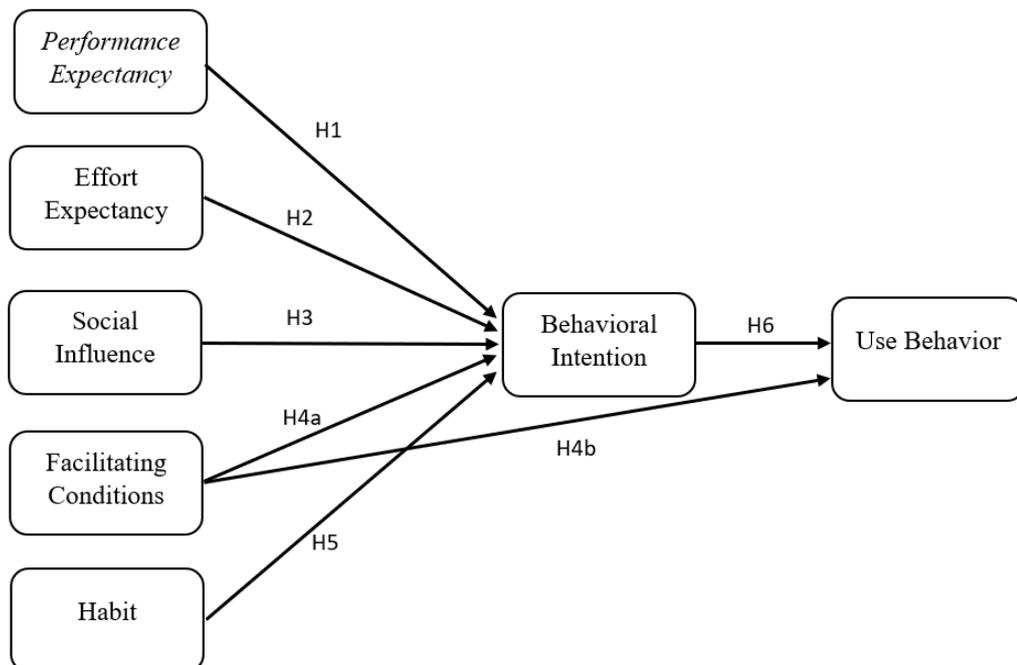
Pada penelitian ini *Facilitating Conditions* menjelaskan bahwa penggunaan infrastruktur dan teknis yang ada pada layanan *Food Delivery Application* mendukung dalam penggunaan sebuah sistem. Berdasarkan beberapa pengertian ahli yang telah disebutkan maka dapat disimpulkan bahwa *Facilitating Conditions* adalah bentuk dukungan baik dari segi infrastruktur organisasional maupun teknis

yang dapat mempengaruhi orang lain mengenai kemudahan atau kesulitan dalam mengerjakan tugasnya.

2.3.5 *Habit* (kebiasaan)

Kebiasaan seseorang dalam penggunaan suatu teknologi sudah dianggap sebagai penentu banyak orang yang sudah terbiasa untuk menggunakan teknologi. Menurut (Venkatesh et al., 2012) *Habit* merupakan tingkat dimana individu berkeinginan melakukan suatu hal secara otomatis karena sudah mempelajarinya dari sebelumnya. Variabel kebiasaan menunjukkan bahwa seseorang dapat menggunakan suatu teknologi secara otomatis dikarenakan seseorang sudah mempelajarinya terlebih dahulu (Hidayat et al., 2020). Dapat disimpulkan bahwa *Habit* atau kebiasaan dapat menerima suatu teknologi secara individual dikarenakan dari perilaku sebelumnya dan rasa percaya bahwa perilaku tersebut dilakukan secara alami atau otomatis.

2.4 Kerangka Konseptual



2.5 Hubungan Antara Variabel

2.5.1 Pengaruh *performance expectancy* terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan aplikasi order makanan pada pelaku UMKM

Performance Expectancy merupakan salah satu determinan yang berpengaruh terhadap penggunaan teknologi, Menurut Venkatesh et al., (2012); Gunawan et al., (2019) *performance expectancy* menjelaskan bagaimana harapan pengguna untuk memperoleh manfaat dalam mengadopsi teknologi. Para pengguna tentu berharap bahwa penggunaan teknologi dapat memberikan keuntungan serta manfaat dalam menggunakan teknologi untuk mempermudah dalam melaksanakan sebuah pekerjaan. Dalam penelitian ini *performance expectancy* menjelaskan bagaimana pengguna merasa dengan menggunakan aplikasi order makanan dapat meningkatkan produktivitas dan memperoleh manfaat sehingga dapat meringankan pekerjaan dalam melakukan pemesanan makanan dan minuman secara online.

Pada penelitian yang dilakukan oleh (Dwita Fania & Rahman Prehanto, 2022) *Performance Expectancy* berpengaruh positif signifikan terhadap variabel dependen yaitu behavioural intention to use shopeefood di Kota Surabaya. Semakin meningkat ekspektasi kinerja (*Performance Expectancy*) teknologi order makanan oleh para pelaku umkm maka semakin meningkat manfaat atau kepercayaan terhadap penggunaan aplikasi atau *Food Delivery Application*. Penelitian ini juga sependapat dengan Fitri Yutika (2023) yang menjelaskan bahwa pengaruh *Performance Expectancy* sangat signifikan yang positif terhadap *Adoption of GoBiz* para pelaku UMKM makanan dan minuman di Kota Pontianak. Hal ini juga dibuktikan oleh penelitian Fitria Nugraheni et al., (2023) yang menunjukkan bahwa *performance expectancy* berpengaruh terhadap niat perilaku. Penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Kadir dan Ismail (2022) yaitu Hasil penelitian menunjukkan bahwa *performance expectancy* berpengaruh positif terhadap Niat Perilaku. Pendapat ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan Siti Rahayu, Calvina Agatha, Prita Ayu Kusumawardhani (2022) yang menunjukkan bahwa *performance expectancy* mempengaruhi *continuous intention*.

Akan tetapi ada beberapa penelitian yang tidak signifikan negatif dalam hubungan Performance Expectancy yang mana ini dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitri Yutika (2023) yaitu hubungan *performance expectancy* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Adoption of FDA* pada pelaku UMKM *Coffee Shop* di Kota Pontianak. Hal ini juga sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Manaar, Dedy Setiawan, dan Ulfa Khaira (2023) Berdasarkan hasil pengujian hipotesis bahwa *performance expectancy* tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap *behavioural intention* pada Minat Perilaku Pengguna Layanan GoFood di Masa Pandemi Covid-19. Dan juga pada penelitian Putri Riani Frisilia (2022) dengan judul Analisis Penerimaan pengguna terhadap Layanan Shopee Food pada Aplikasi Shopee menggunakan Model Modifikasi UTAUT 2 membuktikan bahwa Hasil penelitian menunjukkan bahwa *performance expectancy* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*. Hal ini juga dibuktikan oleh Euis Widanengsih, Win Kurniadi, Henny Destiana (2022) yang menjelaskan hubungan *performance expectancy* tidak signifikan terhadap niat pelaku untuk menggunakan *aplikasi mobile food ordering*. Dari hasil tersebut peneliti ingin menguji lebih lanjut terkait hasil penelitian tersebut mengenai seberapa besar pengaruh *performance expectancy* terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan aplikasi order makanan pada UMKM. Oleh sebab itu dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H1 : *Performance Expectancy* berpengaruh terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan aplikasi order makanan pada pelaku UMKM.

2.5.2 *Effort Expectancy* berpengaruh terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan aplikasi order makanan pada pelaku UMKM

Ekspektansi usaha (*effort expectancy*) didefinisikan sebagai tingkat kemudahan terkait dengan penggunaan sistem (Venkatesh et al., 2003). Semakin mudah teknologi yang dapat digunakan tentu membuat orang tertarik dan memiliki niat untuk menggunakan teknologi tersebut. Pada penggunaan *effort expectancy* dimana di dalam penelitian ini menjelaskan bahwa pengguna tidak mengalami kesulitan dalam penggunaan teknologi. Dalam penelitian Rudi Abdul Rohman, Dayan Singasatia dan Dede Irmayanti et al., 2022 pengaruh *effort expectancy* atau

Ekspektansi usaha terhadap minat berperilaku (*behavioral intentions*) terdapat hubungan positif dan signifikan. Penelitian yang dilakukan oleh Dwita Fania & Rahman Prehanto, (2022) juga memperoleh hasil yang sama yaitu pada variabel independen terkait *effort expectancy* berpengaruh positif signifikan terhadap variabel dependen yaitu *behavioural intention to use shopeefood* di Kota Surabaya. Penelitian ini juga pernah dilakukan oleh Widanengsih et al., (2022) yang menjelaskan bahwa *effort expectancy* atau ekspektasi usaha pada penggunaan aplikasi signifikan memengaruhi *behavioural intentions* pada penggunaan aplikasi mobile food ordering.

Adapun beberapa hasil penelitian yang menunjukkan bahwa *effort expectancy* tidak signifikan seperti yang dilakukan oleh penelitian Manaar et al., (2023) bahwa *effort expectancy* tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap Behavioural Intention pada Layanan GoFood di masa pandemi covid 19. Hal ini juga sependapat dengan penelitian Rifadli D. Kadir dan Juniaty Ismail (2022) yang menjelaskan bahwa *effort expectancy* tidak berpengaruh terhadap niat berperilaku menggunakan aplikasi *food delivery*. Berdasarkan hal tersebut peneliti akan memperdalam mengenai seberapa besar pengaruh *effort expectancy* terhadap behavioral intention dalam penggunaan aplikasi order makanan pada UMKM maka dirumuskan hipotesis seperti berikut:

H2 : *Effort Expectancy* berpengaruh terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan aplikasi order makanan pada pelaku UMKM.

2.5.3 *Social Influence* berpengaruh terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan aplikasi order makanan pada pelaku UMKM

(Venkatesh et al., 2003) mendefinisikan bahwa pengaruh sosial merupakan usaha yang dilakukan oleh seseorang untuk memenuhi tingkat keyakinan, persepsi dan perilaku seseorang baik itu kelompok maupun perorangan yang dimana kegiatan tersebut termasuk dalam bagian dari pengaruh sosial. Akan tetapi definisi tersebut sudah dikembangkan oleh Venkatesh pada tahun 2012 yang dimana dalam penelitiannya mendefinisikan pengaruh sosial yaitu sejauh apa orang dalam mempengaruhi pengguna untuk menggunakan suatu teknologi. Dalam penelitian

yang dilakukan oleh Shyndi Dwita Fania & Dedy Rahman Prehanto (2022) variabel independen yaitu *social influence* berpengaruh positif signifikan terhadap variabel dependen yaitu *behavioural intention to use shopeefood* di Kota Surabaya. Penelitian ini juga sependapat dengan penelitian (Fitria Nugraheni et al., 2023) bahwa *social influence* berpengaruh terhadap niat perilaku menggunakan sistem. Penelitian ini juga diperkuat oleh peneliti Shyndi Dwita Fania dan Dedy Rahman Prehanto (2022) dan Tri Siwi Agustina (2020) bahwa *social influence* berpengaruh positif signifikan *behavioural intention*.

Adapun beberapa hasil penelitian yang menunjukkan bahwa *social influence* tidak signifikan seperti yang dilakukan oleh penelitian Fitri yutika (2023) bahwa *social influence* tidak ditemukan pengaruh yang signifikan pada perilaku adopsi aplikasi Gobiz dan juga tidak berpengaruh signifikan terhadap Adoption of FDA pada pelaku UMKM Coffee Shop di Kota Pontianak. Hal ini juga sependapat dengan penelitian Manaar et al., (2023) bahwa *social influence value* tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap Behavioural Intention pada Layanan GoFood. Penelitian yang dilakukan oleh Putri Riani Frisilia (2022) juga sama dari penelitian tersebut bahwa *social influence* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*. Yang ini juga diperkuat oleh penelitian Widanengsih et al.,(2022) dan Rifadli D. Kadir dan Juniaty Ismail (2022) serta Rahayu et al., (2022) yang membuktikan bahwa *social influence* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*. Berdasarkan hal tersebut peneliti ingin menguji mengenai seberapa besar pengaruh *social influence* terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan aplikasi order makanan pada UMKM maka dirumuskan hipotesis seperti berikut:

H3 : *Social Influence* berpengaruh terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan aplikasi order makanan pada pelaku UMKM.

2.5.4 *Facilitating Conditions* berpengaruh terhadap *behavioral intention* & *use behavior* dalam penggunaan aplikasi order makanan pada pelaku UMKM

Facilitating Conditions adalah sejauh mana seseorang percaya terhadap faktor faktor yang mendukung teknologi seperti perangkat, pengetahuan, petunjuk,

dan hubungan daeri orang lain atau kelompok sosialnya (Wibowo dan Ariyati, 2016:1510). *facilitating conditions* menggambarkan persepsi seseorang mengenai bagaimana infrastruktur peralatan dan pengetahuan dapat mendukung penggunaan sistem teknologi. Dengan adanya fasilitas yang mendukung dapat memunculkan niat seseorang untuk menggunakan teknologi yang akan digunakan sesuai kebutuhannya.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Shyndi Dwita Fania & Dedy Rahman Prehanto, (2022) menunjukkan bahwa variabel independen yaitu *facilitating conditions* berpengaruh positif signifikan terhadap variabel dependen yaitu *behavioural intention to use* shopeefood di Kota Surabaya. Menurut Fitri Yutika et al., 2023 bahwa *facilitating conditions* berpengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intentional* terhadap usaha *coffe shop* di kota pontianak. Kondisi yang memudahkan seseorang berperan penting dalam membentuk niat untuk mengadopsi pembayaran non tunai. Hal ini juga dibuktikan dengan penelitian oleh Putri Riani Frisilia, (2022) bahwa *facilitating conditions* berpengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention*. Penelitian ini sesuai dengan pendapat (Venkatesh et al., 2003) dan juga Nuari et al., (2019) bahwa *facilitating conditions* memiliki pengaruh terhadap niat penggunaan pada suatu sistem. Hal ini diperkuat oleh penelitian Manaar et al., (2023), Miftakhul Fitria Nugraheni, Dian Eka Ratnawati, Widhy Hayuhardhika Nugraha Putra (2023), Shyndi Dwita Fania & Dedy Rahman Prehanto (2022) yang menunjukkan bahwa *facilitating conditions* berpengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention*.

Ada bebrapa penelitain yang menunjukkan bahwa *facilitating conditions* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention* seperti penelitian Fitri yutika (2023) bahwa *facilitating conditions* tidak ditemukan pengaruh yang signifikan pada perilaku adopsi aplikasi Gobiz. Ini juga dibuktikan oleh penelitian Widanengsih et al., (2022) bahwa *facilitating conditions* tidak signifikan terhadap niat pelaku untuk menggunakan aplikasi. Hasi penelitian ini juga diperkuat oleh penelitian Rifadli D. Kadir & Juniaty Ismail (2022) dan Rahayu et al., (2022) (2022) serta Tri Siwi Agustina (2020) yang menunjukkan bahwa *facilitating conditions*

tidak berpengaruh terhadap behavior intention. Maka berdasarkan hal tersebut peneliti ingin mengetahui lebih dalam seberapa besar pengaruh *facilitating conditions* terhadap *behavioral intention* dan *use behavior* dalam penggunaan aplikasi order makanan pada UMKM maka dirumuskan hipotesis seperti berikut:

H4a : *Facilitating Conditions* berpengaruh terhadap *behavior intention* dalam penggunaan aplikasi order makanan pada pelaku UMKM.

H4b : *Facilitating Conditions* berpengaruh terhadap *use behavior* dalam penggunaan aplikasi order makanan pada pelaku UMKM.

2.5.5 *Habit* berpengaruh terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan aplikasi order makanan pada pelaku UMKM

Menurut (Venkatesh et al., 2012) *Habit* merupakan tingkat dimana individu berkeinginan melakukan suatu hal secara otomatis karena sudah mempelajarinya dari sebelumnya. Variabel kebiasaan menunjukkan bahwa seseorang dapat menggunakan suatu teknologi secara otomatis dikarenakan seseorang sudah mempelajarinya terlebih dahulu (Hidayat et al., 2020). Dengan suatu *habit* (kebiasaan) dalam menggunakan teknologi dapat memunculkan niat perilaku untuk menggunakan suatu teknologi karena seiring dengan meningkatnya pengalaman seseorang dalam menggunakan teknologi.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Munaar et al., (2023) menunjukkan bahwa faktor *habit* atau kebiasaan berpengaruh terhadap Behavioral Intention dalam penggunaan layanan GoFood. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Widanengsih et al.,(2022) menunjukkan *habit* atau Kebiasaan berpengaruh terhadap *behavioural intentions* atau niat perilaku penggunaan Aplikasi Mobile Food Ordering. Dan penelitian ini sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Dwita Fania & Rahman Prehanto., (2022) yang menjelaskan bahwa *habit* berpengaruh positif signifikan terhadap variabel dependen yaitu *behavioural intention to use* shopeefood di Kota Surabaya. Dan penelitian ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh D Kadir R dan Ismail J et al., (2022) yang menunjukkan bahwa *habit* berpengaruh terhadap *behavior intention* penggunaan aplikasi pengiriman makanan

selama masa pandemik covid-19. Berdasarkan hal tersebut peneliti ingin menguji mengenai seberapa besar pengaruh Habit terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan aplikasi order makanan pada UMKM maka dirumuskan hipotesis seperti berikut:

H5 : *Habit* berpengaruh terhadap *behavior intention* dalam penggunaan aplikasi order makanan pada pelaku UMKM.

2.5.6 *Behavior Intention* berpengaruh terhadap *use behavior* dalam penggunaan aplikasi order makanan pada pelakuUMKM.

Behavioral Intention (niat perilaku) merupakan keinginan seseorang untuk menggunakan sebuah teknologi informasi dengan tujuan yang diinginkan. Venkatesh et. al. (2003) mendefinisikan *behavioral intention* tingkat ukuran kekuatan niat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Dengan adanya *behavioral intention* atau niat perilaku maka hal ini bisa menimbulkan seseorang untuk mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan atau tidak menggunakan sebuah teknologi yang baru. Berdasarkan hal ini maka dapat dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Manaar et., al (2023), Tri Siwi.A (2020), Euis Widanengsih et., al (2022) dan Rudi Abdul.R et., al (2022) yang menunjukkan bahwa *behavioral intention* (niat perilaku) berpengaruh signifikan atau positif terhadap *use behavior* (perilaku pengguna). Berdasarkan uraian mengenai variabel *behavioral intention* (niat perilaku) dari penelitian terdahulu maka *behavioral intention* terhadap *use behavior* dalam penggunaan aplikasi order makanan pada UMKM maka dirumuskan hipotesis seperti berikut:

H6 : *Behavioral Intention* berpengaruh terhadap *use behavior* dalam penggunaan aplikasi order makanan pada pelaku UMKM.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini metode yang digunakan yaitu menggunakan metode kuantitatif. Menurut Sugiyono et., al (2019:16-17) metode penelitian kuantitatif adalah metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data yang menggunakan instrumen penelitian, dan analisis data yang bersifat artistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan aplikasi order makan pada UMKM di daerah Kota Malang, sehingga hal ini memerlukan data primer yang diperoleh dari hasil survey yang diperoleh dari metode pengumpulan data dengan menggunakan kuisisioner. Kuisisioner ini ditujukan kepada para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang telah atau sudah menggunakan aplikasi order makanan online melalui lembaran formulir atau *Google forms*.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di daerah Kota Malang dengan menggunakan pengambilan data dari para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang telah atau sudah menggunakan aplikasi order makanan online.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2022:130), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang dilakukan penelitian ini adalah UMKM di daerah Kota Malang yang menjalankan usahanya menggunakan aplikasi order makanan online.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono, (2017:81) sampel ialah bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, dimana populasi merupakan bagian dari

jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dalam penentuan jumlah sampel yang digunakan Sugiyono (2017:91) menyarankan untuk ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500. Menurut Hair et al., (2020) untuk ukuran sampel yang baik berkisar pada jumlah 100-200 responden. Maka berdasarkan dari hal tersebut ukuran sampel yang menjadi acuan oleh penelitian ini adalah 100 sampel. Jadi untuk sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 responden yang merupakan pelaku UMKM yang msaih aktif dan sudah menggunakan apliksai order makan yang terdapat di Kota Malang.

3.4 Teknik Pengumpulan Sampel

Teknik untuk pengambilan sampel penelitaian ini yaitu non-probabilitas yang dipilih adalah *purposive sampling* dimana teknik dalam pengambilan sampel ini memiliki pertimbangan-pertimbangan tertentu dalam pengambilan sampelnya yang sudah ditentukan kepada responden (Arikunto, 2010). Dimana kriteria yang dipilih adalah pelaku UMKM yang menggunakan layanan Aplikasi Order Makanan yang tinggal di daerah Kota Malang dengan kriteria pengguna aplikasi pemesanan makanan atau minuman online (GoFood, GrabFood, Shopee Food dan sejenisnya).

Pada jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti, maka dilakukan pengambilan sampel dari populasi tersebut. Pada penelitian ini digunakan terdapat 22 indikator dengan 7 variabel yang mana 5 variabel bebas 1 variabel intervening dan 1 variabel terikat. Menurut Sugiyono (2019:69) variabel bebas merupakan variabel yang mepengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Sedangkan merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono 2017:64). Intuk ukuran sampel pada penelitian ini menurut (Sugiyono 2017:131) pada setiap penelitian ukuran sampel yang layak berkisar 30 sampai 500. Jadi untuk pengambilan sampel pada penelitian ini sejumlah 100 sampel karena Menurut Hair et al., (2020) untuk ukuran sampel yang baik berkisar pada jumlah 100-200 responden.

3.5 Data dan Jenis Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018;13) data kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan *positivistic* (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan. Sedangkan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono 2017:137). Data primer dalam penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner yang penyebarannya dilakukan secara *offline* dan *online* yaitu menyebarkan kuesioner yang dilakukan menggunakan lembaran formulir dan *google forms* kepada para pelaku UMKM yang menggunakan aplikasi order makanan.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian teknik pengumpulan datanya menggunakan penyebaran kuesioner. Menurut Sugiyono (2017:142) kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dapat dikatakan sebagai metode yang mudah dan efisien jika peneliti mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur dengan mengetahui hal apapun yang bisa diharapkan dari responden penelitian (Sugiyono 2011:142). Kuisisioner ini ditujukan kepada para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang telah atau sudah menggunakan aplikasi order makanan online melalui lembaran formulir atau *Google forms*.

Ada dua tipe pertanyaan dalam sebuah kuesioner atau angket yaitu: terbuka dan tertutup. Pertanyaan terbuka adalah pertanyaan yang mengharapkan responden untuk menuliskan jawabannya berbentuk uraian tentang sesuatu hal atau responden untuk menjawab kalimatnya sendiri, sedangkan pertanyaan tertutup adalah pertanyaan yang mengharapkan jawaban singkat atau mengharapkan responden untuk memilih salah satu alternatif jawaban dari setiap pertanyaan yang telah tersedia. Setiap pertanyaan angket yang mengharapkan jawaban berbentuk data

nominal, ordinal, interval, dan ratio, adalah bentuk pertanyaan tertutup (Sugiyono, 2017:143). Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe kuesioner tertutup, karena responden hanya tinggal memilih tanda pada salah satu jawaban yang dianggap benar. Untuk menyebarkan kuesioner ini dilakukan menggunakan dua cara yaitu *Offline* dan *Online*. Untuk penyebaran secara *offline* berupa lembaran folmlir dengan cara mendatangi tempat pelaku UMKM yang menggunakan aplikasi order makanan. Adapun untuk penyebaran *online* menggunakan *google forms* melalui media sosial seperti *Whatsapp, Instagram, facebook*.

Sementara itu skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono., 2016). Skala likert yang digunakan dalam penelitian ini minimum skor 1 dan maksimum skor 4 hal ini untuk mengetahui secara pasti jawaban dari responden, apakah hal ini mengarah kepada yang setuju atau yang tidak setuju. Sehingga hasil jawaban responden diharapkan lebih relevan (Sugiyono 2014:58). Berikut tabel 3.1 skala likert

Tabel 3.1 Skala Likert

No	Jawaba	Skor
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2	Tidak Setuju (ST)	2
3	Setuju (S)	3
4	Sangat Setuju (SS)	4

Sumber : Sugiyono (2014:58)

3.7 Definisi Operasional Variabel

Dalam bagian ini peneliti hendak menguraikan pengertian melalui setiap variabel yang dipakai. Berikut merupakan indikator atau pertanyaan di dalam setiap variabel

3.7.1 Performance Expectancy (PE)

Merupakan sebuah kontruk yang dapat mengukur tingkat kepercayaan seseorang dalam menggunakan sebuah teknologi (Venkatesh et al., 2003). Pada

penelitian ini menggunakan variabel yang akan diberikan empat pertanyaan untuk mengetahui seberapa pengaruh *performance expectancy* terhadap penggunaan aplikasi order makanan dan manfaat yang dapat dirasakan setelah menggunakan aplikasi tersebut terhadap UMKM. Penelitian ini bersumber dari penelitian yang dilakukan oleh (Venkatesh et al., 2003) serta penelitian dari Widanengsih et al., (2022), dan Rifadli D Kadir & Juniaty Ismail (2022). Adapaun pertanyaan dari penelitian ini dapat dilihat dari tabel 3.1.

Tabel 3.1 Indikator *Performance Expectancy*

Sumber	Indikator	Operasional	No. Item
Venkatesh et al., (2003), Widanengsih et al., (2022), dan Rifadli D Kadir & Juniaty Ismail (2022)	Evektivitas	Layanan apliksai order makanan (GoFood, Grab Food, ShopeeFood, dll) membantu menyelesaikan masalah lebih cepat	1
	Kinerja	Layanan apliksai order makanan (GoFood, Grab Food, ShopeeFood, dll) meningkatkan kinerja dalam usaha saya	2
	Menghemat waktu	Saya merasa penggunaan apliksai order makanan (GoFood, Grab Food, ShopeeFood, dll) dapat menghemat waktu	3
	Manfaat	Penggunaan apliksai order makanan (GoFood, Grab Food, ShopeeFood, dll) memberikan	4

		kemudahan, membantu, dan mendukung usaha saya	
--	--	---	--

3.7.2 *Effort Expectancy (EE)*

Effort Expectancy merupakan sejauh mana tingkat kemudahan yang diberikan suatu teknologi yang berkaitan dengan penggunaan konsumen (Venkatesh et al., 2003). Jadi jika sistem teknologi mudah digunakan maka usaha yang dilakukan tidak akan terlalu tinggi, dan juga sebaliknya jika sistem teknologi sulit digunakan maka diperlukan usaha yang tinggi untuk menggunakannya. Pada variabel ini terdapat empat pertanyaan yang digunakan penelitian guna untuk mengetahui tingkat pengaruh *effort expectancy* terhadap penggunaan aplikasi order makanan dan manfaat yang dapat dirasakan setelah menggunakan aplikasi tersebut terhadap UMKM yang mana sumber dari penelitian ini merujuk kepada penelitian yang dilakukan oleh (Venkatesh et al., 2003) serta penelitian dari Widanengsih et al., (2022), dan Rifadli D Kadir & Juniaty Ismail (2022). Adapapun pertanyaan dari penelitian ini dapat dilihat dari tabel 3.2.

Tabel 3.2 Indikator *Effort Expectancy*

Sumber	Indikator	Operasional	No. Item
Venkatesh et al., (2003), Widanengsih et al., (2022), dan Rifadli D Kadir & Juniaty Ismail (2022)	Kemudahan untuk dipelajari	Penggunaan aplikasi order makanan (GoFood, Grab Food, ShopeeFood, dll) terasa mudah untuk dipelajari dan digunakan	1
	Kemudahan interaksi	Saya merasa penggunaan aplikasi order makanan (GoFood, Grab Food,	2

		ShopeeFood, dll) dapat dengan mudah untuk dipahami.	
	Kenyamanan	Saya merasa nyaman saat menggunakan aplikasi order makanan (GoFood, Grab Food, ShopeeFood, dll).	3
	Kemudahan pengguna	Penggunaan aplikasi order makanan tidak memerlukan usaha yang memberatkan baik dari tenaga dan pikiran	4

3.7.3 Social Influence (SI)

Social Influence tingkat kepercayaan seseorang terhadap orang lain yang mengharuskan mereka menggunakan suatu teknologi (Venkatesh et al., 2003) Seperti yang disebutkan oleh Kim et al., (2016) pengaruh sosial mempengaruhi perilaku seseorang melalui kepatuhan, internalisasi, dan identifikasi yang dikategorikan sebagai respon terhadap tekanan sosial, potensi peningkatan status sosial, dan perubahan struktur keyakinan seseorang. Pada variabel ini terdapat empat pertanyaan yang digunakan penelitian yang dimana untuk mengetahui sejauh mana seseorang dipercaya oleh orang lain yang akan mempengaruhinya dalam menggunakan sistem teknologi yang baru dan manfaat yang diterima pada aplikasi order makanan terhadap pelaku UMKM. Penelitian ini berdasar kepada sumber penelitian yang dilakukan oleh (Venkatesh et al., 2003) dengan pertanyaan yang relevan yang tercantum pada tabel 3.3.

Tabel 3.3 Indikator *Social Influence*

Sumber	Indikator	Operasional	No. Item
--------	-----------	-------------	----------

Venkatesh et al., (2003), Puti R.F (2022), dan Widanengsih et al., (2022)	Norma Subjektif (<i>Subjective Norm</i>)	Keluarga, Saudara dan para pelaku UMKM lainnya memepengaruhi saya untuk menggunakan aplikasi order makanan (GoFood, Grab Food, ShopeeFood, dll).	1
	Gambar (<i>Image</i>)	Lingkungan tempat saya, yang menggunakan aplikasi order makanan (GoFood, Grab Food, ShopeeFood, dll) terlihat lebih mengikuti perkembangan zaman	2
	Faktor lingkungan	Saya menggunakan aplikasi order makanan (GoFood, Grab Food, ShopeeFood,dll) karena banyak yang menggunakannya.	3

3.7.4 *Facilitating Conditions* (FC)

Facilitating Conditions didefinisikan sebagai “sejauh mana seseorang individu percaya bahwa infrastruktur organisasi dan teknis yang ada untuk mendukung penggunaan sistem” (Venkatesh et al., 2003). Pada variabel ini terdapat empat pertanyaan yang diajukan untuk mengetahui dampak dari dukungan terhadap penggunaan dan kegunaan aplikasi order makanan terhadap pelaku UMKM yang bersumber kepada penelitian yang dilakukan oleh (Venkatesh et al., 2003) dan penelitian Puti R.F (2022), dengan pertanyaan yang relevan yang tercantum pada tabel 3.4.

Tabel 3.4 Indikator *Facilitating Conditions*

Sumber	Indikator	Operasional	No. Item
(Venkatesh et al., 2003), Puti R.F (2022), dan (Fania et al.,2022)	<i>Perceived behavioral control</i>	Saya mengerti bagaimana cara menggunakan aplikasi order makanan (GoFood, Grab Food, ShopeeFood, dll) ini	1
	Kesesuaiaan (<i>Compatibility</i>)	Penggunaan apliksai order makanan (GoFood, Grab Food, ShopeeFood, dll) sesuai dengan kebutuhan keseharian saya	2
	Bantuan dalam Pengoperasian	Saya memiliki rekan/teman yang dapat membantu apabila mengalami kesulitan dalam menggunakan aplikasi order makanan (GoFood, Grab Food, ShopeeFood, dll)	3
	Fasilitas	Saya memiliki sumber daya yang diperlukan (seperti smartphone, internet, laptop, dll) untuk mengakses layanan apliksai order makanan	4

	Kualitas	Untuk kualitas, layanan aplikasi order makana (GoFood, Grab Food, ShopeeFood, dll) sudah baik	5
--	----------	---	---

3.7.5 *Habit* (HT)

Menurut (Venkatesh et al., 2012) *Habit* merupakan tingkat dimana individu berkeinginan melakukan suatu hal secara otomatis karena sudah mempelajarinya dari sebelumnya. Variabel kebiasaan menunjukkan bahwa seseorang dapat menggunakan suatu teknologi secara otomatis dikarenakan seseorang sudah mempelajarinya terlebih dahulu (Hidayat et al., 2020). Dengan suatu *habit* (kebiasaan) dalam menggunakan teknologi dapat memunculkan niat perilaku untuk menggunakan suatu teknologi karena seiring dengan meningkatnya pengalaman seseorang dalam menggunakan teknologi. Pada variabel ini terdapat dua pertanyaan yang diajukan untuk mengetahui dampak dari dukungan terhadap penggunaan dan kegunaan aplikasi order makanan terhadap pelaku UMKM yang bersumber kepada penelitian yang dilakukan oleh (Venkatesh et al., 2012). Adapun pertanyaan yang relevan yang tercantum pada tabel 3.5.

Tabel 3.5 Indikator *Habit*

Sumber	Indikator	Operasional	No. Item
Venkatesh et al., (2012), Kadir et al., 2022), dan (Fania et al., 2022)	Kecanduan	Saya merasa ketagihan dalam menggunakan aplikasi order makanan (GoFood, Grab Food, ShopeeFood, dll).	1
	Kebiasaan	Saya sudah terbiasa menggunakan aplikasi order makanan	2

		(GoFood, Grab Food, ShopeeFood, dll).	
	Perilaku menjadi otomatis	Jika saya berjualan atau membuka usaha saya akan selalu menggunakan aplikasi order makanan	3

3.7.5 Behavioral Intention (BI)

Menurut Venkatesh et al., (2003) *Behavioral Intention* atau niat perilaku didefinisikan sebagai keinginan seseorang dalam menggunakan teknologi informasi dengan tujuan yang diharapkannya. Minat pemanfaatan suatu sistem merupakan niat pengguna menggunakan sistem secara terus menerus dengan asumsi bahwa mereka mempunyai akses terhadap sistem tersebut (Venkatesh et al., 2003). Pada variabel ini terdapat dua pertanyaan yang diajukan untuk mengetahui niat perilaku seseorang terhadap penggunaan dan kegunaan aplikasi order makanan terhadap pelaku UMKM yang mana penelitian ini bersumber dari (Ardianto & Azizah et al., 2021) dan juga (Davis, et al 1989) dan (Chau 1996) dalam (Jogiyanto (2007) dengan pertanyaan yang terdapat pada tabel 3.6.

Tabel 3.6 Indikator *Behavioral Intention*

Sumber	Indikator	Operasional	No. Item
(Davis, et al 1989) dan (Chau 1996) dalam (Jogiyanto (2007), dan (Fania et al., 2022)	Niat menggunakan	Saya memiliki niat untuk menggunakan aplikasi order makanan (GoFood, Grab Food, ShopeeFood, dll) dalam menjalankan usahanya.	1
	Penggunaan jangka panjang	Dalam jangka waktu yang lama, saya akan	2

		terus menggunakan aplikasi order makanan (GoFood, Grab Food, ShopeeFood, dll) dalam menjalankan usaha saya.	
--	--	---	--

3.7.6 Use Behavior (UB)

Use Behavior atau perilaku penggunaan dapat didefinisikan sebagai seberapa sering seseorang dalam menggunakan teknologi informasi. Menurut Venkatesh et al., (2012) suatu teknologi informasi akan digunakan apabila pengguna memiliki minat menggunakan sistem informasi tersebut, dikarenakan keyakinan seseorang menggunakan suatu sistem dapat meningkatkan kinerja pekerjaannya. Pada penelitian ini terdapat empat pertanyaan yang diajukan guna untuk mengetahui setelah minat dalam menggunakan aplikasi order makanan. dimana penelitian ini bersumber dari (Davis, et al 1989) dan (Chau 1996) dalam (Jogiyanto 2007) dengan beberapa pertanyaan relevan yang terdapat pada tabel 3.7.

Tabel 3.7 Indikator Use Behavior

Sumber	Indikator	Operasional	No. Item
Davis, et al 1989) dan (Chau 1996) dalam (Jogiyanto 2007), dan (Fania et al., 2022)	Frekuensi pengguna	Saya akan memahami cara penggunaan aplikasi order makanan (GoFood, Grab Food, ShopeeFood, dll) ini.	1
	Frekuensi pengguna	Saya sudah sering menggunakan aplikasi order makanan (GoFood, Grab Food, ShopeeFood, dll) dalam menjalankan usaha saya	2

	Frekuensi pengguna	Saya merasa puas dan senang dengan adanya layanan aplikasi order makanan (GoFood, Grab Food, ShopeeFood, dll).	3
--	--------------------	--	---

3.8 Analisis Data

3.8.1 Metode dan Alat Analisis Data

Pada penelitian ini data yang dikumpulkan yaitu dengan melalui kuesioner yang ditunjuk kepada para pelaku UMKM yang menggunakan aplikasi order makanan kemudian data tersebut dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif. Setelah itu di uji hipotesis dengan model analisis kuantitatif. Penelitian kuantitatif ini dianalisis menggunakan metode partial least model (PLS). Partial Least Square (PLS) adalah sebuah model kausal (sebab akibat) yang menjelaskan pengaruh antar variabel kepada variabel konstruk (Andreas Wijaya, 2019:10). PLS merupakan metode analisis yang powerfull karena tidak didasarkan pada banyak asumsi misalnya data tidak harus berdistribusi normal, sampel tidak harus besar (Irwan dan Khaeryna Adam et al., 2015 : 55). Terdapat dua sub model LPS yaitu model pengukuran atau sering disebut outer model dan model struktural atau sering disebut inner model. Model pengukuran menunjukkan bagaimana variabel manifest atau observed variable merepresentasi variabel laten untuk diukur. Sedangkan model structural menunjukkan kekuatan estimasi antar variabel laten dan konstruk (Ghozali & Latan, 2015:7).

3.8.2 Model Pengukuran (Outer Model)

3.8.2.1 Uji Validitas

Menurut (Sugiyono, 2019), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Jadi pertanyaan pertanyaan yang tertuang di kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner dengan jelas. Terdapat dua jenis validitas dalam PLS SEM, yaitu validitas konvergen

(convergent validity) dan validitas diskriminan (discriminant validity). Analisis model pengukuran terdiri atas uji validitas konstruk dan uji reliabilitas konstruk. Uji validitas konstruk mencakup uji validitas konvergen dan uji validitas diskriminan (Wuryaningsih & Dzulhasni., 2022)

Dalam melakukan Uji validitas konvergen dalam SEM-PLS dengan indikator reflektif dinilai berdasarkan loading factor. Rule of thumb yang digunakan untuk validitas konvergen adalah outer loading lebih besar dari 0,7. Akan tetapi apabila dalam melakukan analisis terdapat nilai outer loading di bawah 0,7 maka ada pilihan dimana peneliti dapat menghilangkan indikator yang bernilai dibawah 0,7. Jika demikian akan berdampak kepada hasil analisis lainnya, sehingga peneliti harus memeriksa composite reliability, serta average variance extracted in harus diatas nilai yang disarankan. Pada umumnya indikator nilai outer loading antara 0,4 – 0,7. Terkadang outer loading yang lemah dapat dipertahankan karena average variance extracted, akan tetapi indikator yang dibawah 0,4 harus dihilangkan dari konstruk (Heir et al., 2017).

Penilaian validitas diskriminan adalah yang berkaitan dengan keunikan dari konstruk yang digunakan untuk mengetahui fenomena yang ditangkap dari konstruk unik dan tidak diwakili konstruk lain (Hair et al., 2013). Dengan demikian membandingkan akar kuadrat dari nilai average variance extracted (AVE) dengan korelasi variabel laten. nilai AVE yang disarankan yaitu $> 0,5$. Menurut Hair et al., (2017) nilai outer loading atau loading factor harus lebih besar dari 0,70, sedangkan nilai AVE harus lebih besar dari 0,5.

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk membuktikan akurasi, konsistensi dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk (Ghozali, 2021). Sebuah survei dianggap dapat diandalkan ketika tanggapan dari responden konsisten dari waktu ke waktu (Ghozali, 2016). Dalam pengujian reliabilitas untuk mengukur konsistensi internal alat ukur. Syarat yang biasanya digunakan untuk menilai reliabilitas konstruk yaitu composite reliability harus lebih besar dari 0,7 untuk penelitian yang

bersifat confirmatory dan nilai 0,60 – 0,70 masih dapat diterima untuk penelitian yang bersifat exploratory (Ghozali & Latan, 2015: 75).

3.8.3 Model Struktural (Inner Model)

Model struktural menunjukkan kekuatan estimasi antar variabel laten atau konstruk (Ghozali & Latan, 2015:7). Jadi uji pada model struktural dilakukan untuk menguji hubungan antara konstruk laten. Inner model bertujuan untuk menguji hubungan dari indikator penyusun variabel (Andreas Wijaya, 2019:101). Pada uji model struktural (inner model) menggunakan bantuan prosedur Bootstrapping dan Blindfolding dalam SMART PLS. Uji pada model struktural ini dilakukan untuk menguji hubungan antara konstruk laten.

Model ini digunakan untuk melihat dan mengukur perubahan variabel eksogen terhadap variabel endogen . Jika hasil R2 sebesar 0,67 menunjukkan bahwa model tersebut bagus, jika R2 sebesar 0,33 menunjukkan bahwa model tersebut sedang, dan jika nilai R2 sebesar 0,19 kemudian menunjukkan bahwa model lemah (Chin., 1998). Untuk memvalidasi model struktural secara keseluruhan digunakan Goodness of Fit (GoF) yaitu untuk menguji seberapa cocok model tersebut terhadap serangkaian pengamatan. Nilai Goodness of Fit (GoF) terbentang antara 0 sd 1 dengan interpretasi nilai-nilai : 0.1 (Gof kecil), 0,25 (GoF sedang), dan 0.36 (GoF besar). Nilai GoF ini diperoleh dari akar kuadrat dari average communalities index dikalikan dengan nilai rata-rata R2 model.

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Statistik Deskriptif

Penelitian ini memperoleh data dengan penyebaran kuesioner terhadap responden, dengan memberikan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang disampaikan oleh peneliti berupa lembar kuesioner secara langsung dan *google form*. Kuesioner ini disebar kepada para pelaku UMKM di bidang kuliner yang menggunakan aplikasi order makanan (GoFood, Grab Food, ShopeeFood, dll) yang ada di Kota Malang. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan terkumpul sejumlah 100 responden. Adapun gambaran umum responden yang telah mengisi kuesioner penelitian ini dapat dideskripsikan sebagai berikut:

Tabel 4.1
Berdasarkan Umur Usaha

Umur Usaha	Frekuensi	Presentase (%)
< 1	15	15%
1 – 2	28	28%
3 – 5	33	33%
> 6	24	24%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer, Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.1 di atas dapat diketahui bahwa responden dengan umur usaha kurang dari 1 tahun berjumlah 15 responden dengan presentase 15% dari total keseluruhan. Untuk umur usaha 1-2 tahun berjumlah 28 responden dengan presentase 28%. Untuk umur usaha 3-5 tahun berjumlah 33 responden dengan presentase 33%. Sedangkan umur usaha lebih dari 6 tahun berjumlah 24 responden dengan presentase 24%. Berdasarkan deskripsi tersebut dapat disimpulkan bahwa responden dengan umur usaha terbanyak pada kisaran 3-5 tahun.

Tabel 4.2
Berdasarkan Usia Pelaku UMKM

Usia	Frekuensi	Presentase (%)
< 18	2	2%

18 – 25	35	35%
25 – 35	42	42%
> 35	21	21%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer, Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.2 di atas dapat diketahui bahwa responden dengan usia kurang dari 18 tahun berjumlah 2 responden dengan presentase 2% dari total keseluruhan. Untuk responden dengan usia 18-25 tahun berjumlah 35 responden dengan presentase 35%. Untuk usia responden dengan rentang usai 25-35 tahun berjumlah 42 responden dengan presentase 42%. Sedangkan rentang usia yang lebih dari 35 tahun berjumlah 21 responden dengan presentase 21% dari total keseluruhannya. Jadi berdasarkan deskripsi tersebut dapat disimpulkan bahwa responden dengan usia terbanyak dalam menjalankan usahanya di bidang kuliner pada kisaran 25-35 tahun dengan sejumlah 42 responden.

Tabel 4.3

Berdasarkan Jenis Kelamin

Usia	Frekuensi	Presentase (%)
Laki Laki	79	79%
Perempuan	21	21%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer, Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin laki laki berjumlah sebanyak 79 orang dengan presentase 79%. Sedangkan untuk responden dengan jenis kelamin perempuan berjumlah 21 orang dengan presentase 21% dari total semua responden. Dengan demikian dapat diketahui bahwa mayoritas yang mengisi kuesioner penelitian ini yaitu berjenis kelamin laki laki.

4.1.2 Outer Model

Outer Model atau pengukuran bagian luar disebut juga model pengukuran dengan tujuan untuk menspesifikasi hubungan antara variabel laten dengan indikator indikatornya. Uji *outer model* ini menggunakan bantuan prosedur PLS Algorithm dengan tahapan analisis menggunakan pengujian validitas dan reliabilitas. Menurut Hair et al., (2017) untuk pemeriksaan awal pada model PLS

SEM adalah memeriksa *outer model* (model pengukuran) mencakup validitas dan reliabilitas.

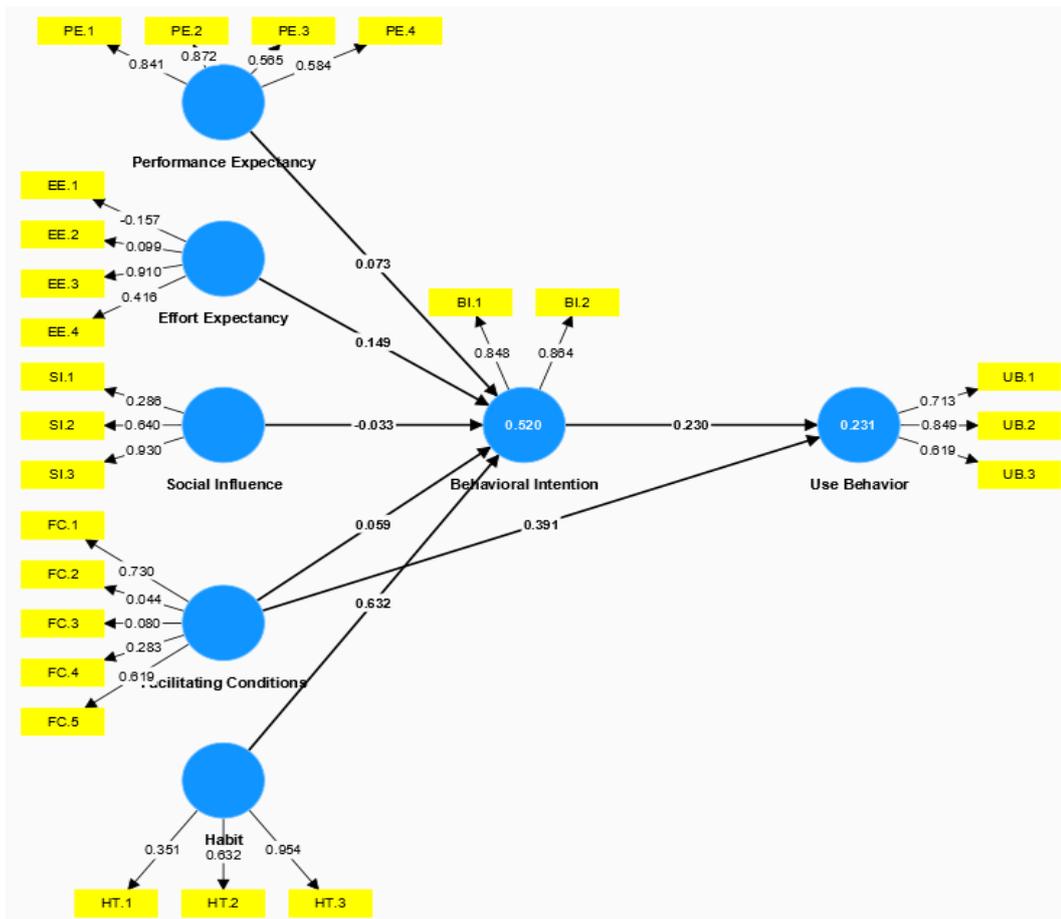
4.1.2.1 Uji Validitas

Menurut (Sugiyono, 2019), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Jadi pertanyaan pertanyaan yang tertuang di kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner dengan jelas. Terdapat dua jenis validitas dalam PLS SEM, yaitu validitas konvergen (*convergent validity*) dan validitas diskriminan (*discriminat validity*).

1. Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Dalam SEM-PLS dengan indikator refleksif dinilai berdasarkan outer loading, jika nilai outer loading lebih dari 0,70 (>0.70) maka indikator tersebut dapat digunakan. Nilai *Average Variance Extracted* (AVE) yang memenuhi kriteria minimal adalah lebih besar dari 0.50 (>0.50). Jika dalam pengujian terdapat nilai outer loading dibawah 0,70 indikator masih dapat digunakan dengan syarat nilai loading minimal lebih besar dari 0,40 (Loading >40) dan nilai AVE lebih dari 0,50 (AVE $>0,5$) sehingga variabel dapat dikatakan valid (Hair et al., 2022, hal.137). Jika kurang dari 0.40 maka harus dihilangkan dari kontruk (Hair et al., 2017) .

Gambar 4.1 Uji Validitas 1



Tabel 4.4

Indikator validitas (Outer loadings) dan Convergent Validity (AVE)

Variabel laten	Indikator	Loading (>0.70)	AVE(>0,5)
Behavioral intention	BI.1	0.848	0.732
	BI.2	0.864	
Effort Expectancy	EE.1	-0.157	0.259
	EE.2	0.099	
	EE.3	0.910	
	EE.4	0.416	
Facilitating Conditions	FC.1	0.730	0.201
	FC.2	0.044	

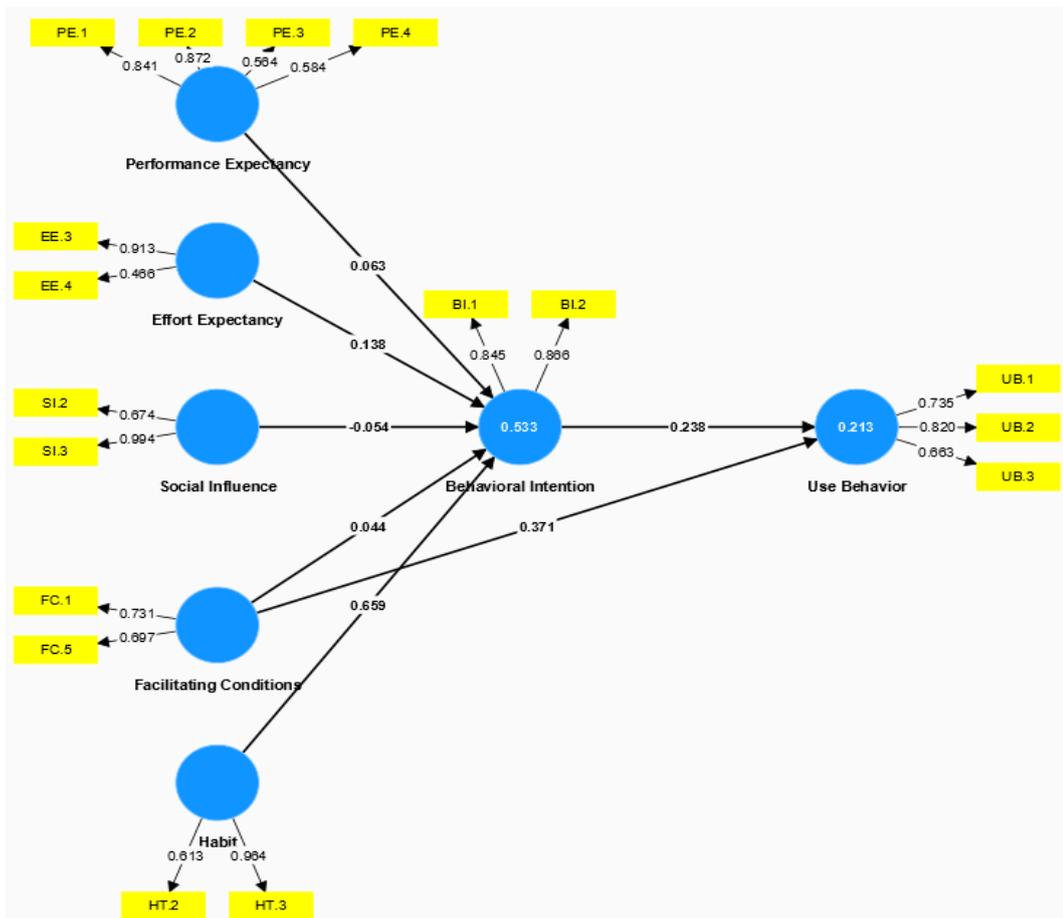
	FC.3	0.080	
	FC.4	0.283	
	FC.5	0.619	
Habit	HT.1	0.351	0.478
	HT.2	0.632	
	HT.3	0.954	
Performance Expectancy	PE.1	0.841	0.532
	PE.2	0.872	
	PE.3	0.565	
	PE.4	0.584	
Social Influence	SI.1	0.286	0.452
	SI.2	0.640	
	SI.3	0.930	
Use Behavior	UB.1	0.713	0.538
	UB.2	0.849	
	UB.3	0.619	

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa terdapat nilai outer loading dibawah 0.70 yang di tandai dengan marker warna merah sedangkan untuk nilai Nilai *Average Variance Extracted* (AVE) dibawah 0.50 yang di tandai dengan marker warna merah. Berdasarkan hasil perhitungan nilai outer loading dan *Average Variance Extracted* (AVE) belum memenuhi kriteria minimal dan harus dilakukan eliminasi konstruk hingga seluruh varibael memiliki nilai *Outer loading* lebih besar dari dari 0.50 (>0.50).

Jika dalam pengujian terdapat nilai outer loading dibawah 0,70 indikator masih dapat digunakan dengan syarat nilai loading minimal lebih besar dari 0,40 (Loading >0,40) dan nilai AVE lebih dari 0,50 (AVE >0,5) sehingga variabel dapat dikatakan valid (Hair et al., 2022, hal.137). Jika kurang dari 0.40 maka harus dihilangkan dari kontruk (Hair et al., 2017). Berdasarkan hasil tersebut masih

dibawah 0,40 yaitu: EE.1, EE. 2, SI.1, FC.2, FC.3,FC.4, HT.1, Maka hal ini perlu dilakukan pengujian ulang dengan menghilangkan indikator yang kurang dari 0,40.

Gambar 4.2
Uji Validitas 2



Tabel 4.4

Indikator validitas (Outer loadings) dan Convergent Validity (AVE)

Variabel laten	Indikator	Loading (>0.70)	AVE(>0,5)
Behavioral intention	BI.1	0.845	0.732
	BI.2	0.866	
Effort Expectancy	EE.3	0.913	0.525
	EE.4	0.466	
Facilitating Conditions	FC.1	0.731	0.510

	FC.5	0.697	
Habit	HT.2	0.613	0.653
	HT.3	0.964	
Performance Expectancy	PE.1	0.841	0.532
	PE.2	0.872	
	PE.3	0.564	
	PE.4	0.584	
Social Influence	SI.2	0.674	0.721
	SI.3	0.994	
Use Behavior	UB.1	0.735	0.550
	UB.2	0.820	
	UB.3	0.663	

Sumber: Data penelitian diolah menggunakan software SmartPLS 4.0.9.5 tahun 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa terdapat Seluruh outer loading berada dibawah 0.70 namun sudah lebih besar dari 0.40 karena Jika dalam pengujian terdapat nilai *outer loading* dibawah 0,70 indikator masih dapat digunakan dengan syarat nilai loading minimal lebih besar dari 0,40 (Loading >0,40) dan nilai AVE lebih dari 0,50 (AVE >0,5) sehingga variabel dapat dikatakan valid. sedangkan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) seluruh variabelnya lebih besar dari 0.50 (>0.50). Berdasarkan hasil perhitungan nilai *outer loading* dan *Average Variance Extracted* (AVE) seluruh variabel dan indikator telah memenuhi kriteria validitas dan dapat dilanjutkan ke pengujian selanjutnya.

2. Validitas Diskriminan (*Discriminat Validaty*)

Penilaian validitas diskriminan adalah yang berkaitan dengan keunikan dari konstruk yang digunakan untuk mengetahui fenomena yang ditangkap dari konstruk unik dan tidak diwakili konstruk lain (Hair et al., 2013). Membandingkan korelasi antar indikator dengan variabel. Jika korelasi antara indikator dengan konstruknya lebih tinggi dari korelasi dengan konstruk blok lainnya, maka menunjukkan konstruk tersebut memprediksi ukuran pada blok tersebut lebih baik dari blok lainnya (Hair et al., 2017). Untuk hasil *cross loading* pada penelitian ini

adalah dengan menunjukkan indikator pada setiap variabel memiliki lebih tinggi dari korelasi dengan blok lainnya. Terkait dengan ini untuk lebih lengkapnya dapat dilihat pada tabel 4.5.

Tabel 4.5
Cross Loading

	PE	EE	SI	FC	HT	BI	UB
PE.1	0.841	0.363	0.096	0.003	0.309	0.256	0.336
PE.2	0.872	0.411	0.105	0.050	0.359	0.287	0.308
PE.3	0.564	0.258	0.041	-0.004	-0.022	0.195	0.117
PE.4	0.584	0.249	0.083	0.149	0.147	0.174	0.118
EE.3	0.374	0.913	0.099	0.169	0.184	0.318	0.298
EE.4	0.288	0.466	0.186	-0.012	0.261	0.147	0.267
SI.2	0.034	0.074	0.674	0.318	0.153	0.016	0.170
SI.3	0.120	0.168	0.994	0.033	0.179	0.108	0.001
FC.1	0.076	0.127	0.162	0.731	0.020	0.049	0.298
FC.5	0.008	0.078	-0.063	0.697	0.080	0.108	0.267
HT.2	0.319	0.121	0.423	0.061	0.613	0.249	0.283
HT.3	0.244	0.275	0.074	0.060	0.964	0.745	0.208
BI.1	0.302	0.267	0.114	0.070	0.586	0.845	0.234
BI.2	0.247	0.316	0.060	0.114	0.625	0.866	0.242
UB.1	0.097	0.119	-0.222	0.247	-0.066	0.077	0.735
UB.2	0.314	0.277	0.185	0.383	0.404	0.314	0.820
UB.3	0.254	0.237	-0.076	0.190	0.043	0.140	0.663

Sumber: Data penelitian diolah menggunakan software SmartPLS 4.0.9.5 tahun 2023

4.1.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas konstruk yang diukur dengan composite reliability dan cronbach's alpha. Konstruk variabel dinyatakan reliabel jika memiliki nilai *composite reliability* di atas 0,70 dan *cronbach's alpha* di atas 0,70 (Hair et al., 2022, hal. 260).

Tabel 4.6

Construk Reliability (*Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*)

Variabel laten	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_c)
Effort Expectancy	0.120	0.667
Facilitating Conditions	0.038	0.675
Habit	0.553	0.782
Performance Expectancy	0.691	0.814
Social Influence	0.742	0.833
Use Behavior	0.646	0.785
behavioral intention	0.634	0.845

Sumber: Data penelitian diolah menggunakan software SmartPLS 4.0.9.5 tahun 2023

Berdasarkan Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa terdapat Nilai *Cronbach's Alpha* variabel lebih kecil dari 0.70. yang di tandai dengan marker warna merah. Dan juga terdapat Nilai *Composite Reliability* varibel lebih kecil dari 0.70 yang di tandai dengan marker warna merah. Jadi berdasarkan hasil perhitungan *Construk Reliability* Pada perhitungan Terdapat *Cronbach's Alpha* variabel yang belum memenuhi kriteria, sedangkan nilai *Composite reliability* (rho_c) yang variabelnya memiliki nilai lebih kecil dari 0,70 namun sudah lebih besar dari batas minimum 0.60 maka dapat dikatakan valid. Karena menurut Hair et al., (2017) untuk penggunaan variabel *Cronbach's Alpha* mempunyai sifat yang sensitive, Maka untuk itu *Cronbach's Alpha* tidak digunakan, melainkan yang digunakan yaitu *Composite reliability* saja.

Setelah melakukan pengujian hasil perhitungan *Outer loading*, *AVE*, *Cross loading* dan *Composite Reliability* dan seluruhnya telah memenuhi kriteria yang sesuai. Jadi dapat disimpulkan berdasarkan pertimbangan tersebut maka model penelitian dapat digunakan untuk pengujian selajutnya.

4.1.3 Inner Model

Inner Model atau model struktural menunjukkan kekuatan estimasi antar variabel laten atau konstruk (Ghozali & Latan, 2015: 7). Jadi uji pada *inner model* dilakukan untuk menguji hubungan antara konstruk laten. *Inner model* bertujuan

untuk menguji hubungan dari indikator penyusun variabel (Andreas Wijaya, 2019:101). Pada uji model struktural (*inner model*) menggunakan bantuan prosedur *Bootstrapping* dan *Blindfolding* dalam SMART PLS 4. Dan pada tahapan ini dilakukan analisis dengan 3 tahap pengujian yaitu *coefficient of determination* (R^2), *Predictive relevance* (Q^2), dan *Efect size* (f^2).

Penilaian *collinearity* pada model strukturan memiliki konsep sama dengan model pengukuran formatif yaitu dengan mempertimbangakn nilai VIF. Nilai VIF harus lebih kecil dari 5.0. hal tersebut menandakan bahwa model terbebas dari gejala multikolinearitas pada semua prediktor terhadap semua respion, sehingga dapat diakukan pengujian ke tahap selanjutnya (Hair et al., 2022, hal. 216).

Tabel 4.7
collinearity assessment VIF

Variabel Laten	Use Behavior	behavioral intention
Effort Expectancy		1.000
Facilitating Conditions	1.000	1.000
Habit		1.000
Performance Expectancy		1.000
Social Influence		1.000
behavioral intention	1.000	

Sumber : Data penelitian diolah menggunakan software SmartPLS 4.0.9.5 tahun 2023

Berdasarkan Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui informasi bahwa nilai VIF pada masing-masing variabel konstruk lebih kecil dari 5.0 (<5.0). dan berdasarkan hasil perhitungan nilai VIF maka seluruh variabel tidak memiliki gejala multikoleniaritas dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya.

Selanjutnya untuk tahapan uji model struktural (*inner model*) ini dilakukan analisis dengan 3 tahap pengujian yaitu *coefficient of determination* (R^2), *Predictive relevance* (Q^2), dan *Efect size* (f^2).

1. *coefficient of determination* (R^2)

Seberapa besar pengaruh independen terhadap dependen. koefisien determinasi digunakan untuk mengukur akurasi prediksi (pendugaan). Secara umum nilai R^2 sebesar 0,75 dianggap memiliki akurasi pendugaan yang besar, R^2 sebesar 0,50 memiliki pendugaan akurasi yang sedang, dan nilai R^2 sebesar 0,25 memiliki akurasi nilai pendugaan yang rendah (Hair et al., 2022, hal. 211). Hasil nilai koefisien determinasi dapat diketahui pada tabel berikut.

Tabel 4.8
Koefisien Determinasi (R^2)

variabel Laten	R-square	R-square adjusted
Use Behavior	0.213	0.197
behavioral intention	0.533	0.508

Sumber : Data penelitian diolah menggunakan software SmartPLS 4.0.9.5 tahun 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa akurasi pendugaan model R^2 Use Behavior 0.208. Berdasarkan nilai tersebut memiliki pendugaan akurasi yang Rendah. Dengan kata lain *facilitating conditions*, *behavioral intention* mempengaruhi sebesar 20.8% sedangkan sisanya 79.2% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model penelitian. Sedangkan akurasi pendugaan model R^2 behavioral intention 0.533. Berdasarkan nilai tersebut memiliki pendugaan akurasi yang Sedang. Dengan kata lain *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, dan *habit* mempengaruhi sebesar 53.3% sedangkan sisanya 46.7% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model penelitian.

2. Predictive relevance (Q^2)

Sebagai tambahan untuk mengevaluasi besarnya nilai R^2 sebagai kriteria dari akurasi prediksi, peneliti dapat menggunakan nilai Stone-Geisser Q^2 . Niali Q^2 didapatkan dengan menggunakan prosedur *blidfolding*. Sebagai pengukuran relatif dari relevansi prediktif, nilai 0,02 dianggap memiliki relevansi prediktif yang kecil, 0,15 memiliki relevansi prediktif yang sedang, dan 0,35 memiliki relevansi prediktif yang besar (Hair et al., 2022, hal. 212).

Tabel 4.9

Predictive relevance (Q²)

Variabel Laten	SSO	SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)
Effort Expectancy	200	200	0
Facilitating Conditions	200	200	0
Habit	200	200	0
Performance Expectancy	400	400	0
Social Influence	200	200	0
Use Behavior	200	182.642	0.087
behavioral intention	200	130.092	0.350

Sumber : Data penelitian diolah menggunakan software SmartPLS 4.0.9.5 tahun 2023

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas maka dapat diketahui bahwa nilai Q² prediktif relevansi untuk model konstruktif Variabel Use Behavior dipengaruhi *facilitating conditions, behavioral intention* sebesar 0.087 dan tergolong dalam memiliki relevansi prediktif yang Kecil. Nilai Q² prediktif relevansi untuk model konstruktif variabel *behavioral intention* dipengaruhi *effort expectancy facilitating conditions, habit, performance expectancy, social influence*, sebesar 0.350 dan tergolong dalam memiliki relevansi prediktif yang Besar.

3. Effect size (f²).

Seberapa besar pengaruh independen terhadap dependen secara parcial. Sebagai untuk mengevaluasi nilai R² dari semua variabel endogen dengan menggunakan f². Perbedaan f² dengan R² adalah f² lebih spesifik pada masing-masing variabel eksogen. secara umum nilai 0.02 dianggap memiliki *affect size* kecil, 0.15 memiliki *affect size* sedang dan 0.35 memiliki *affect size* besar (Hair et al., 2022, hal. 211). Berikut adalah tabel nilai f².

Tabel 4.10
Affect Size Nilai f²

Variabel Laten	Use Behavior	behavioral intention
Effort Expectancy		0.031

Facilitating Conditions	0.171	0.004
Habit		0.808
Performance Expectancy		0.007
Social Influence		0.006
behavioral intention	0.172	

Sumber : Data penelitian diolah menggunakan software SmartPLS 4.0.9.5 tahun 2023

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas maka dapat diperoleh informasi sebagai beriku:

1. Nilai F^2 affect size untuk model konstruktif variabel *effort expectancy* mempengaruhi variabel *behavioral intention* sebesar 0.031 dan tergolong dalam memiliki nilai pendugaan yang kecil.
2. Nilai F^2 affect size untuk model konstruktif variabel *facilitating conditions* mempengaruhi variabel *use behavior* sebesar 0.171 dan tergolong dalam memiliki nilai pendugaan yang besar.
3. Nilai F^2 affect size untuk model konstruktif variabel *facilitating conditions* mempengaruhi variabel *behavioral intention* sebesar 0.004 dan tergolong dalam memiliki nilai pendugaan yang Kecil.
4. Nilai F^2 affect size untuk model konstruktif variabel *habit* mempengaruhi variabel *behavioral intention* sebesar 0.808 dan tergolong dalam memiliki nilai pendugaan yang Besar.
5. Nilai F^2 affect size untuk model konstruktif variabel *performance expectancy* mempengaruhi variabel *behavioral intention* sebesar 0.007 dan tergolong dalam memiliki nilai pendugaan yang Kecil.
6. Nilai F^2 affect size untuk model konstruktif variabel *social influence* mempengaruhi variabel behavioral intention sebesar 0.006 dan tergolong dalam memiliki nilai pendugaan yang Kecil.
7. Nilai F^2 affect size untuk model konstruktif variabel *behavioral intention* mempengaruhi variabel *use behavior* sebesar 0.172 dan tergolong dalam memiliki nilai pendugaan yang besar.

4 Uji Hipotesis Penelitian

Analisis koefisien model struktural digunakan untuk menguji hipotesis dengan cara mengetahui hubungan mana yang berpengaruh secara signifikan. Jika nilai p-value < α (0,05) maka hubungan tersebut signifikan, sebaliknya jika nilai p-value > α (0,05) maka hubungan tersebut tidak signifikan (Hair et al., 2022, hal 216).

Tabel 4.11
Uji Hipotesis

Hipotesis	Koefisien Jalur	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Value	Keterangan
H1	Performance Expectancy -> behavioral intention	0.063	0.707	0.480	Ditolak
H2	Effort Expectancy -> behavioral intention	0.138	1.474	0.141	Ditolak
H3	Social Influence -> behavioral intention	-0.054	0.588	0.559	Ditolak
H4a	Facilitating Conditions -> behavioral intention	0.044	0.394	0.693	Ditolak
H4b	Facilitating Conditions -> Use Behavior	0.371	3.172	0.002	Diterima
H5	Habit -> behavioral intention	0.659	9.309	0.000	Diterima
H6	behavioral intention -> Use Behavior	0.238	2.124	0.034	Diterima

Sumber : Data penelitian diolah menggunakan software SmartPLS 4.0.9.5 tahun 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Performance Expectancy -> behavioral intention* memiliki nilai Original Sample (O) sebesar 0.063 dan P Values 0.480 lebih besar dari 0,05. Berdasarkan nilai tersebut dapat diketahui terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan. Maka **H1 Ditolak** dan H0 diterima.
2. *Effort Expectancy -> behavioral intention* memiliki nilai Original Sample (O) sebesar 0.138 dan P Values 0.141 lebih besar dari 0,05. Berdasarkan

nilai tersebut dapat diketahui terdapat pengaruh positif tidak dan signifikan. Maka **H2 Ditolak** dan H0 diterima.

3. *Social Influence -> behavioral intention* memiliki nilai Original Sample (O) sebesar -0.054 dan P Values 0.559 lebih besar dari 0,05. Berdasarkan nilai tersebut dapat diketahui terdapat pengaruh negative dan tidak signifikan. Maka **H3 Ditolak** dan H0 diterima.
4. *Facilitating Conditions -> behavioral intention* memiliki nilai Original Sample (O) sebesar 0.044 dan P Values 0.693 lebih besar dari 0,05. Berdasarkan nilai tersebut dapat diketahui terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan. Maka **H4a Ditolak** dan H0 diterima.
5. *Facilitating Conditions -> use behavior* memiliki nilai Original Sample (O) sebesar 0.371 dan P Values 0.002 lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan nilai tersebut dapat diketahui terdapat pengaruh positif dan signifikan. Maka **H4b Diterima** dan H0 ditolak.
6. *Habit -> behavioral intention* memiliki nilai Original Sample (O) sebesar 0.659 dan P Values 0.000 lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan nilai tersebut dapat diketahui terdapat pengaruh positif dan signifikan. Maka **H5 Diterima** dan H0 ditolak.
7. *Behavioral Intention -> use behavior* memiliki nilai Original Sample (O) sebesar 0.238 dan P Values 0.034 lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan nilai tersebut dapat diketahui terdapat pengaruh positif dan signifikan. Maka **H6 Diterima** dan H0 ditolak.

4.2 Interpretasi Hasil

4.2.1 Interpretasi Hasil Analisis Outer Model

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan sebelumnya, model yang diajukan peneliti telah memiliki tingkat validitas dan reliabilitas yang cukup baik. Hal ini dikarenakan jika dalam pengujian terdapat nilai *outer loading* dibawah 0,70, indikator masih dapat digunakan dengan syarat nilai loading minimal lebih besar dari 0,40 (Loading >0,40) dan nilai AVE lebih dari 0,50 (AVE >0,5) sehingga variabel dapat dikatakan valid (Hair et al., 2022, hal.137). Jika kurang dari 0.40 maka harus dihilangkan dari konstruk (Hair et al., 2017). Dan nilai *composite*

reliability (rho_c) yang variabelnya memiliki nilai lebih kecil dari 0,70 namun sudah lebih besar dari batas minimum 0.60 maka dapat dikatakan valid.

4.2.2 Interpretasi Hasil Analisis Inner Model

Setelah melakukan analisis inner model hasil yang didapatkan dari 3 tahap pengujian yaitu *coefficient of determination* (R^2), *Predictive relevance* (Q^2), dan *Effect size* (f^2) akan dibahas dengan sesuai hipotesis yang telah dirumuskan pada bab sebelumnya. Berikut adalah pemaparan dari hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya:

1. Hubungan *performance expectancy* terhadap *behavioral intention*

Berdasarkan hasil analisis inner model yang telah dilakukan pada pengujian bahwa pengaruh *performance expectancy* terhadap *behavioral intention* memiliki nilai Original Sample (O) sebesar 0.063 dan P Values 0.480 lebih besar dari 0,05. Berdasarkan nilai hasil dari pengujian tersebut bahwa hubungan *performance expectancy* terhadap *behavioral intentions* terdapat hubungan positif namun tidak signifikan pada pelaku UMKM di Kota Malang. Maka dari nilai tersebut dapat diketahui H1 Ditolak dan H0 diterima.

2. Hubungan *effort expectance* terhadap *behavioral intention*

Berdasarkan hasil analisis inner model yang telah dilakukan pada pengujian bahwa pengaruh *effort expectancy* terhadap *behavioral intention* memiliki nilai Original Sample (O) sebesar 0.138 dan P Values 0.141 lebih besar dari 0,05. Berdasarkan nilai hasil dari pengujian tersebut bahwa hubungan *effort expectancy* terhadap *behavioral intentions* terdapat hubungan positif namun tidak signifikan pada pelaku UMKM di Kota Malang. Maka dari nilai tersebut dapat diketahui H2 Ditolak dan H0 diterima.

3. Hubungan *social influence* terhadap *behavioral intention*

Berdasarkan hasil analisis inner model yang telah dilakukan pada pengujian bahwa pengaruh *social influence* terhadap *behavioral intention* memiliki nilai Original Sample (O) sebesar -0.054 dan P Values 0.559 lebih besar dari 0,05.

Berdasarkan nilai hasil dari pengujian tersebut bahwa hubungan *social influence* terhadap *behavioral intentions* terdapat hubungan negative dan tidak signifikan pada pelaku UMKM di Kota Malang. Maka dari nilai tersebut dapat diketahui H3 Ditolak dan H0 diterima.

4. Hubungan *facilitating conditions* terhadap *behavioral intention*

Berdasarkan hasil analisis inner model yang telah dilakukan pada pengujian bahwa pengaruh *facilitating conditions* terhadap *behavioral intention* memiliki nilai Original Sample (O) sebesar 0.044 dan P Values 0.693 lebih besar dari 0,05. Berdasarkan nilai hasil dari pengujian tersebut bahwa hubungan *facilitating conditions* terhadap *behavioral intentions* terdapat hubungan positif namun tidak signifikan pada pelaku UMKM di Kota Malang. Hal tersebut dapat diketahui H4a Ditolak dan H0 diterima.

5. Hubungan *facilitating conditions* terhadap *use behavior*

Berdasarkan hasil analisis inner model yang telah dilakukan pada pengujian bahwa pengaruh *facilitating conditions* terhadap *use behavior* memiliki nilai Original Sample (O) sebesar 0.371 dan P Values 0.002 lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan nilai hasil dari pengujian tersebut bahwa hubungan *facilitating conditions* terhadap *use behavioral* terdapat hubungan positif dan signifikan pada pelaku UMKM di Kota Malang. Maka dari nilai tersebut dapat diketahui H4b Diterima dan H0 ditolak.

6. Hubungan *habit* terhadap *behavioral intention*

Berdasarkan hasil analisis inner model yang telah dilakukan pada pengujian bahwa pengaruh *habit* terhadap *behavioral intention* memiliki nilai Original Sample (O) sebesar 0.659 dan P Values 0.000 lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan nilai hasil dari pengujian tersebut bahwa hubungan *habit* terhadap *behavioral intentions* terdapat hubungan positif dan signifikan pada pelaku UMKM di Kota Malang. Maka dari nilai tersebut dapat diketahui H5 Diterima dan H0 ditolak.

7. Hubungan *behavioral intention* terhadap *use behavior*

Berdasarkan hasil analisis inner model yang telah dilakukan pada pengujian bahwa pengaruh behavioral intention terhadap use behavior memiliki nilai Original Sample (O) sebesar 0.238 dan P Values 0.034 lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan nilai hasil dari pengujian tersebut bahwa hubungan minat berperilaku (*behavioral intentions*) terhadap perilaku pengguna (*use behavioral*) terdapat hubungan positif dan signifikan pada pelaku UMKM di Kota Malang. Maka dari nilai tersebut dapat diketahui H₆ Diterima dan H₀ ditolak.

4.3 Pembahasan

H₁ : *Performance Expectancy* berpengaruh terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan aplikasi order makanan pada pelaku UMKM.

Berdasarkan hasil interpretasi tersebut bahwa *performance expectancy* (PE) tidak signifikan terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan aplikasi order makanan bagi pelaku UMKM. Yang mana dalam hal ini sangat berbeda dengan Penelitian yang telah dilakukan oleh Fitri Yutika (2023) yang menjelaskan bahwa pengaruh Performance Expectancy sangat signifikan dan juga penelitian Fitria Nugraheni et al., (2023) yang menunjukkan bahwa *Performance Expectancy* berpengaruh terhadap niat perilaku.

Akan tetapi ada beberapa yang sependapat dengan penelitian ini yaitu penelitian yang dilakukan oleh Manaar, Dedy Setiawan, dan Ulfa Khaira (2023) Berdasarkan hasil pengujian hipotesis bahwa *Performance Expectancy* tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap *Behavioural Intention*. Hal ini juga dibuktikan oleh Euis Widanengsih, Win Kurniadi, Henny Destiana (2022) yang menjelaskan hubungan *Performance Expectancy* tidak signifikan terhadap niat pelaku.

Hal ini dikarenakan performa pada layanan aplikasi order makanan masih belum sesuai dengan yang diharapkan oleh pengguna pelaku UMKM sehingga variabel *performance expectancy* tidak mempengaruhi minat untuk menggunakan aplikasi tersebut.

H2 : *Effort Expectancy* berpengaruh terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan aplikasi order makanan pada pelaku UMKM.

Berdasarkan hasil interpretasi tersebut bahwa *effort expectancy* (EE) tidak signifikan terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan aplikasi order makanan bagi pelaku UMKM. Hal ini sangat berbeda dengan Penelitian yang dilakukan oleh oleh Dwita Fania & Rahman Prehanto, (2022) juga memperoleh hasil yang sama yaitu pada variabel independen terkait *effort expectancy* berpengaruh positif signifikan terhadap variabel dependen yaitu *behavioural intention to use*. dan juga penelitian yang dilakukan oleh Widanengsih et al., (2022) yang menjelaskan bahwa *Effort Expectance* atau ekspektasi usaha pada penggunaan aplikasi signifikan memengaruhi *Behavioural Intentions*.

Penelitian ini justru sependapat dengan hasil penelitian Manaar et al., (2023) bahwa *Effort Expectancy* tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap *Behavioural Intention*. Dan juga penelitian Rifadli D. Kadir dan Juniaty Ismail (2022) yang menjelaskan bahwa *Effort Expectancy* tidak berpengaruh terhadap niat berperilaku menggunakan aplikasi *food delivery*. Hal ini kemudahan dan pemahaman dalam menggunakan fitur layanan aplikasi order makanan tidak mempengaruhi minat perilaku dalam menggunakan layanan aplikasi order makanan.

H3 : *Social Influence* berpengaruh terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan aplikasi order makanan pada pelaku UMKM.

Berdasarkan hasil interpretasi tersebut bahwa *social influence* (SI) tidak signifikan terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan aplikasi order makanan bagi pelaku UMKM. Hal ini juga berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh oleh Shyndi Dwita Fania & Dedy Rahman Prehanto (2022) variabel independen yaitu *Social Influence* berpengaruh positif signifikan terhadap variabel dependen yaitu *behavioural intention to use*. Dan juga penelitian (Fitria Nugraheni et al., 2023) bahwa *Social Influence* berpengaruh terhadap niat perilaku.

Adapun beberapa hasil penelitian yang sama dengan penelitian ini yang menunjukkan bahwa Social Influence tidak signifikan seperti yang dilakukan oleh penelitian Fitri yutika (2023) bahwa Social Influence tidak ditemukan pengaruh yang signifikan pada perilaku. Dan juga penelitian yang dilakukan oleh Manaar et al., (2023) bahwa Social Influence, valuenya tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap Behavioural Intention.

Hasil penelitian ini di dukung dengan observasi langsung yang dilakukan peneliti terhadap pelaku UMKM, bahwa niat pengguna dalam menggunakan aplikasi order makanan tidak dipengaruhi oleh lingkungan, teman, dan keluarga yang sebelumnya sudah menggunakan dan merekomendasikan untuk menggunakan aplikasi order makanan. Dikarenakan pengguna menyadari dan mengikuti perkembangan zaman.

H4a : *Facilitating Conditions* berpengaruh terhadap *behavior intention* dalam penggunaan aplikasi order makanan pada pelaku UMKM.

Berdasarkan hasil interpretasi tersebut bahwa *facilitating conditions* (FC) tidak signifikan terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan aplikasi order makanan bagi pelaku UMKM. Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Shyndi Dwita Fania & Dedy Rahman Prehanto, (2022) menunjukkan bahwa variabel independen yaitu *Facilitating Conditions* berpengaruh positif signifikan terhadap variabel dependen yaitu *behavioural intention to use*. Dan juga penelitian yang dilakukan oleh Fitri Yutika et al., 2023 bahwa *Facilitating Conditions* berpengaruh positif signifikan terhadap behavioral intentional

Akan tetapi penelitian ini sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitri yutika (2023) bahwa *Facilitating Condition* tidak ditemukan pengaruh yang signifikan pada perilaku. Ini juga dibuktikan oleh penelitian Widanengsih et al., (2022) bahwa *Facilitating Conditions* tidak signifikan terhadap niat pelaku.

Hasil penelitian ini menunjukkan, meskipun fasilitas yang dimiliki sudah cukup, namun bagi sebagian besar pengguna aplikasi order makanan pada pelaku UMKM yang telah disurvei, saat ini belum menjadikan aplikasi order makanan

menjadi aplikasi yang prioritas dalam memenuhi kebutuhan untuk menjalankan usahanya aplikasi hanya digunakan pada saat tertentu saja.

H4b : *Facilitating Conditions* berpengaruh terhadap *use behavior* dalam penggunaan aplikasi order makanan pada pelaku UMKM.

Berdasarkan hasil interpretasi tersebut bahwa *facilitating conditions* (FC) signifikan terhadap *use behavior* dalam penggunaan aplikasi order makanan bagi pelaku UMKM. Hasil tersebut serupa dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang dilakukan oleh Mannar et al., (2023) *Facilitating Conditions* (FC) berpengaruh signifikan terhadap *Use Behavior*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitas mempengaruhi perilaku untuk menggunakan aplikasi tersebut.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan *facilitating conditions* atau kondisi yang memfasilitasi, pengguna merasa terfasilitasi oleh sumber daya yang ada sehingga dapat meningkatkan perilaku pengguna pada pelaku UMKM di Kota Malang untuk menggunakan aplikasi order makanan dalam menjalankan usahanya.

H5 : *Habit* berpengaruh terhadap *behavior intention* dalam penggunaan aplikasi order makanan pada pelaku UMKM.

Berdasarkan hasil interpretasi tersebut bahwa *habit* (HT) atau kebiasaan signifikan terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan aplikasi order makanan bagi pelaku UMKM. Hasil tersebut serupa dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Widanengsih et al.,(2022) menunjukkan *Habit* atau Kebiasaan berpengaruh terhadap *Behavioural Intentions*. Dan juga oleh Dwita Fania & Rahman Prehanto., (2022), oleh D Kadir R dan Ismail J et al., (2022) yang menunjukkan bahwa *Habit* berpengaruh terhadap *Behavior Intention*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Habit* atau kebiasaan pengguna dalam menggunakan aplikasi secara online membuat aktif dalam menggunakan aplikasi pemesanan makanan secara online. Hal ini membuktikan bahwa semakin tinggi tingkat kebiasaan seseorang dalam menggunakan teknologi maka minat

pelaku UMKM dalam menggunakan aplikasi order makanan di Kota Malang akan meningkat secara signifikan.

H6 : *Behavioral Intention* berpengaruh terhadap *use behavior* dalam penggunaan aplikasi order makanan pada pelaku UMKM.

Berdasarkan hasil interpretasi tersebut bahwa *behavioral intention* (BI) signifikan terhadap *use behavior* dalam penggunaan aplikasi order makanan bagi pelaku UMKM. Hasil tersebut serupa dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dilakukan oleh Manaar et., al (2023), Tri Siwi.A (2020), Euis Widanengsih et., al (2022) dan Rudi Abdul.R et., al (2022) yang menunjukkan bahwa *behavioral intention* (niat perilaku) berpengaruh signifikan atau positif terhadap *use behavior* (perilaku pengguna).

Dan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa niat menggunakan aplikasi membuat perilaku seseorang dalam menggunakannya menjadi semakin kuat. Jadi dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini menunjukkan niat menggunakan aplikasi order makanan bagi para pelaku UMKM membuat perilaku untuk menggunakan menjadi semakin kuat karena dorongan dari beberapa faktor yaitu fasilitas yang memadahi dan juga kebiasaan pengguna dalam menggunakan teknologi.

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui hubungan antara ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), kondisi pendukung (*facilitating conditions*) dan kebiasaan (*habit*) terhadap penggunaan aplikasi order makanan pada pelaku UMKM di Kota Malang. Berdasarkan hasil pembahasan terkait “Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penggunaan Aplikasi Order Makanan Pada Pelaku UMKM di Kota Malang Menggunakan metode UTAUT 2” yang menggunakan software SmartPLS 4 maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. dari hasil pengolahan data yang telah dilakukan sebelumnya oleh peneliti, dari 100 responden yang dibagikan kepada para pelaku UMKM yang sudah menggunakan aplikasi order makanan (GoFood, Grab Food, ShopeeFood, dll) dapat diketahui bahwa 3 dari 7 indikator yang diterima pada penelitian ini.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi *behavioral intention* dalam penggunaan aplikasi order makanan dalam penelitian ini adalah kebiasaan (*Habit*) saja. Sedangkan faktor yang mempengaruhi *use behavior* dalam penggunaan aplikasi order makanan adalah *facilitating conditions* dan *behavioral intention*. Sedangkan faktor yang tidak mempengaruhi *behavioral intention* dalam penggunaan aplikasi order makanan dalam penelitian ini yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* dan *facilitating conditions*.
3. Berdasarkan hasil penelitian hipotesis yang memiliki pengaruh besar terhadap penggunaan aplikasi order makanan adalah hubungan antara *Habit* terhadap *Behavioral Intention*, disusul dengan *facilitating conditions* terhadap *use behavior*, selanjutnya pengaruh *behavioral intention* terhadap *use behavior*. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna sudah terbiasa menggunakan aplikasi order makanan dan dengan fasilitas yang sudah ada, maka ini mempengaruhi minat penggunaan untuk menggunakan aplikasi tersebut. Serta pengguna merasa

dengan adanya niat pengguna pada suatu aplikasi maka akan menggunakannya secara otomatis.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka penulis memiliki beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk penelitian selanjutnya

1. Bagi peneliti selanjutnya dapat melibatkan seluruh variabel variabel yang ada di dalam UTAUT 2. Sedangkan untuk variabel yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* dan *facilitating conditions* terhadap behavioral intention dapat diperhatikan kembali dengan sebaik baiknya terhadap indikator indikator yang dimiliki. Dan juga perlu penambahan jumlah sampel supaya lebih akurat dalam penelitian.
2. Bagi perusahaan penyedia aplikasi order makanan (GoFood, Grab Food, ShopeeFood, dll) sebaiknya lebih meningkatkan layanan atau performa dengan melakukan riset harapan pengguna. Gencar memberikan promo dan *cashback* terhadap penggunaan aplikasi order makanan serta biaya pengiriman (ongkir) yang dikenakan tidak terlalu mahal supaya akan mempengaruhi minat perilaku pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, T. S. (2020). Adopsi Teknologi Jasa Pesan Antar Makanan Online di Kalangan Perempuan Pedagang Kuliner pada Masa Pandemi Covid-19. *PERWIRA - Jurnal Pendidikan Kewirausahaan Indonesia*, 137-160.
- Andriani, S., & Mu'is, A. (n.d.). *MANAJERIAL ASISTANT USAHA KECIL MENENGAH MENUJU TERWUJUDNYA DESTINASI WISATA DI KECAMATAN SINGOSARI KABUPATEN MALANG*.
- Arif, M. (2023, 03 10). *Survei APJII Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang*. Retrieved from www.apjii.or.id: <https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>
- Az-zahra, H. N., Tantya, V. A., & Apsari, N. C. (2021). Layanan Online Food Delivery Dalam Membantu Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Mikro. *Jurnal Pengabdian dan Penelitian Kepada Masyarakat (JPPM)*, 158.
- Catriana, E., & Ika, A. (2022, 11 26). *Aplikasi Pesan Makanan "Online" Dorong Penjualan UMKM 1,9 Kali Lipat Dibanding "Offline"*. Retrieved from money.kompas.com: <https://money.kompas.com/read/2022/11/26/140000926/aplikasi-pesan-makanan-online-dorong-penjualan-umkm-1-9-kali-lipat-dibanding?page=all>
- Davis, F. D. (n.d.). *IT Usefulness and Ease of Use Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*.
- Dzulhasni, S. (n.d.). Intensi Whistleblowing Mahasiswa dan Profesional Akuntansi: Aplikasi Theory Planned of Behavior. <https://doi.org/10.24843/EJA.2022.v>
- Fania, S. D., & Prehanto, D. R. (2022). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Intensi Pengguna ShopeeFood pada Aplikasi Shopee Menggunakan Metode UTAUT. *Journal of Emerging Information Systems and Business Intelligence*, 1-6.
- Fanira, K. (2022). Pengaruh Pemanfaatan Sistem Informasi Akuntansi dan Penggunaan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah (JESYA)*, 706.
- Fauziah Suryadi, D., Indra Fauzi Ilyas, M., & Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YPUP, D. (2018). *ADOPSI ONLINE FOOD DELIVERY SERVICE BAGI WIRAUSAHA PEMULA*.
- Habib, S. (2023, 3 16). *KH Ma'ruf Amin: Kunci Manusia Sebagai Khalifah Fil Ardhi adalah Ilmu*. Retrieved from jombang.nu.or.id: <https://jombang.nu.or.id/daerah/kh-ma-ruf-amin-kunci-manusia-sebagai->

- Perekonomian, K. K. (2022, 10 01). *Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah*. Retrieved from www.ekon.go.id: <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah#:~:text=Peran%20UMKM%20sangat%20besar%20untuk,total%20penyerapan%20tenaga%20kerja%20nasional>.
- Pemerintah Kota Malang. (2022, June 14). *UMKM Lokal Makin Berperan dalam Pengadaan Pemkot Malang*. Malangkota.Go.Id.
- Prasetya, S. R., Rivai, R. A., Utama, M. Y., Rama, D. A., & Agata, D. F. (2023). Pemanfaatan Online Food Delivery (Shopee Food Dan Gofood) Dalam Pemasaran Dan . *Jurnal Pengabdian Bersama Masyarakat Indonesia (JPBMI)*, 25-26.
- Rachma Rizqina Mardhotillah, S. T. M. (2023, April 6). *Inovasi dan Adaptasi, Kunci Sukses UMKM Indonesia di Era Pasar Bebas*. Unusa.Ac.Id.
- Rahayu, S., Agatha, C., & Kusumawardhani, P. A. (2022). Determinan Penggunaan Mobile Food Ordering Applications selama Pandemi COVID-19 di Indonesia. *SENAMA 2022*, .
- Sadya, S. (2023, 01 19). *GMV Pesan-Antar Makanan Indonesia Terbesar di Asean pada 2022*. Retrieved from dataindonesia.id: <https://dataindonesia.id/digital/detail/gmv-pesantantar-makanan-indonesia-terbesar-di-asean-pada-2022>
- Sedana, I. N., & Wijaya, S. (2009). PENERAPAN MODEL UTAUT UNTUK MEMAHAMI PENERIMAAN DAN PENGGUNAAN. *Journal of Information Systems*, 116.
- Sulastri. (2022, 12 06). *Peran Penting UMKM dalam Ancaman Isu Resesi*. Retrieved from www.djkn.kemenkeu.go.id: <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-balikpapan/baca-artikel/15677/Peran-Penting-UMKM-dalam-Ancaman-Isu-Resesi.html>
- Sinari, T., Lilianti, E., & Arifin, A. (n.d.). *Usaha Kuliner Sebagai Penggerak UMKM Pada Masa Pandemi Covid 19*.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. In *Source: MIS Quarterly* (Vol. 27, Issue 3).
- Venkatesh, V., Walton, S. M., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). CONSUMER ACCEPTANCE AND USE OF INFORMATION TECHNOLOGY:

EXTENDING THE UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY. In *MIS Quarterly* (Vol. 36, Issue 1). <http://ssrn.com/abstract=2002388>

Widanengsih, E., Kurniadi, W., & Destiana, H. (2022). Adopsi Penggunaan Aplikasi Mobile Food Ordering Dengan Pendekatan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 63-78.

Yutika, F. (2023). ADOPSI APLIKASI GOBIZ PADA PELAKU UMKM MAKANAN DAN MINUMAN DI . *TECHBUS (Technology, Business and Entrepreneurs)*, 27-28.

Yutika, F. (2023). Apakah Faktor-Faktor dalam Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Pesan-Antar Makanan pada UMKM Coffee Shop? *Jurnal Manajemen dan Organisasi (JMO)*,, 47-55.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Dengan hormat perkenalkan nama saya Mochamad Zuyyinal Ghozy mahasiswa Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, saat ini sedang melakukan penelitian untuk penyusunan skripsi dalam rangka menyelesaikan studi program S1 Akuntansi. Berikut ini adalah kuesioner yang berkaitan dengan penelitian tentang “Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penggunaan Aplikasi Order Makanan Pada Pelaku UMKM di Kota Malang”

Dengan ini saya memohon kesediaan saudara/i untuk berpartisipasi dan meluangkan waktu guna mengisi kuesioner penelitian dengan memberikan penilaian secara objektif. Adapun kriteria responden sebagai berikut :

1. Memiliki Usaha/UMKM di bidang kuliner
2. Lokasi usaha di Kota Malang
3. Pelaku UMKM yang telah atau sudah menggunakan aplikasi order seperti (Gofood, Grabfood, Shopeefood, dll)

IDENTITAS RESPONDEN

Nama Usaha :

Umur Usaha : < 1 Th 1 – 2 Th 3 – 5 Th > 6 Th

Usia : < 18 18 - 25 25 - 35 >35

Jenis Kelamin : Laki Laki

Perempuan

DAFTAR KUESIONER

Mohon untuk memberikan tanda (V) pada setiap pertanyaan yang anda pilih dengan keterangan

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

No	Pertanyaan	STS	TS	S	SS
Performance Expectancy					
1	Layanan aplikasi order makanan (GoFood, Grab Food, ShopeeFood, dll) membantu menyelesaikan masalah lebih cepat				
2	Layanan aplikasi order makanan (GoFood, Grab Food, ShopeeFood, dll) meningkatkan kinerja dalam usaha saya				
3	Saya merasa penggunaan aplikasi order makanan (GoFood, Grab Food, ShopeeFood, dll) dapat menghemat waktu				
e4	Penggunaan aplikasi order makanan (GoFood, Grab Food, ShopeeFood, dll) memberikan kemudahan, membantu, dan mendukung usaha saya				
Effort Expectancy					
5	Penggunaan aplikasi order makanan (GoFood, Grab Food, ShopeeFood, dll) terasa mudah untuk dipelajari dan digunakan				
6	Saya merasa penggunaan aplikasi order makanan (GoFood, Grab Food, ShopeeFood, dll) dapat dengan mudah untuk dipahami.				

7	Saya merasa nyaman saat menggunakan aplikasi order makanan (GoFood, Grab Food, ShopeeFood, dll).				
8	Penggunaan aplikasi order makanan tidak memerlukan usaha yang memberatkan baik dari tenaga dan pikiran				
Social Influence					
9	Keluarga, Saudara dan para pelaku UMKM lainnya memengaruhi saya untuk menggunakan aplikasi order makanan (GoFood, Grab Food, ShopeeFood, dll).				
10	Lingkungan tempat saya, yang menggunakan aplikasi order makanan (GoFood, Grab Food, ShopeeFood, dll) terlihat lebih mengikuti perkembangan zaman				
11	Saya menggunakan aplikasi order makanan (GoFood, Grab Food, ShopeeFood,dll) karena banyak yang menggunakannya.				
Facilitating Conditions					
12	Saya mengerti bagaimana cara menggunakan aplikasi order makanan (GoFood, Grab Food, ShopeeFood, dll) ini				
13	Penggunaan aplikasi order makanan (GoFood, Grab Food, ShopeeFood, dll) sesuai dengan kebutuhan keseharian saya				
14	Saya memiliki rekan/teman yang dapat membantu apabila mengalami kesulitan dalam menggunakan aplikasi order makanan (GoFood, Grab Food, ShopeeFood, dll)				

15	Saya memiliki sumber daya yang diperlukan (seperti smartphone, internet, laptop, dll) untuk mengakses layanan aplikasi order makanan				
16	Untuk kualitas, layanan aplikasi order makana (GoFood, Grab Food, ShopeeFood, dll) sudah baik				
Habit					
17	Saya merasa ketagihan dalam menggunakan aplikasi order makanan (GoFood, Grab Food, ShopeeFood, dll).				
18	Saya sudah terbiasa menggunakan aplikasi order makanan (GoFood, Grab Food, ShopeeFood, dll).				
19	Jika saya berjualan atau membuka usaha saya akan selalu menggunakan aplikasi order makanan				
Behavioral Intention					
20	Saya memiliki niat untuk menggunakan aplikasi order makanan (GoFood, Grab Food, ShopeeFood, dll) dalam menjalankan usahanya.				
21	Dalam jangka waktu yang lama, saya akan terus menggunakan aplikasi order makanan (GoFood, Grab Food, ShopeeFood, dll) dalam menjalankan usaha saya.				
Use Behavior					
22	Saya akan memahami cara penggunaan aplikasi order makanan (GoFood, Grab Food, ShopeeFood, dll) ini.				
23	Saya sudah sering menggunakan aplikasi order makanan (GoFood, Grab Food, ShopeeFood, dll) dalam menjalankan usaha saya				

24	Saya merasa puas dan senang dengan adanya layanan aplikasi order makanan (GoFood, Grab Food, ShopeeFood, dll).				
----	--	--	--	--	--

Lampiran 2. Data Rekap Jawaban Kuesioner

No Responden	<i>Performance Expectancy (X1)</i>			
	PE.1	PE.2	PE.3	PE.4
1	3	3	3	3
2	4	4	4	4
3	4	4	3	4
4	3	3	3	3
5	3	3	3	3
6	4	4	3	4
7	3	3	4	4
8	4	4	3	3
9	3	4	4	4
10	3	3	3	3
11	3	3	3	3
12	3	3	3	3
13	3	3	3	3
14	3	3	4	4
15	3	3	3	3
16	4	4	3	4
17	3	3	3	3
18	3	3	3	3
19	3	3	3	3
20	3	3	3	3
21	3	3	3	3
22	3	3	4	4
23	4	4	4	4
24	4	4	3	3
25	3	3	4	4
26	3	3	3	3
27	4	3	3	3
28	4	4	3	4
29	3	3	3	3
30	3	3	3	3
31	3	4	3	3
32	3	3	3	3
33	3	4	3	4
34	3	4	2	4
35	3	3	3	4

36	3	3	3	3
37	3	4	3	4
38	3	3	3	3
39	3	3	4	4
40	3	3	3	4
41	4	4	4	3
42	4	4	3	4
43	4	4	3	4
44	3	4	3	4
45	3	3	3	4
46	3	4	3	4
47	3	3	3	4
48	3	3	3	3
49	3	3	3	4
50	3	3	4	3
51	4	4	3	3
52	4	4	4	4
53	4	4	3	4
54	3	3	3	3
55	3	3	3	3
56	4	4	4	4
57	3	3	3	4
58	4	4	3	4
59	3	3	3	3
60	3	3	3	3
61	3	3	3	3
62	3	3	3	3
63	4	4	3	4
64	3	3	3	4
65	3	3	3	4
66	4	4	4	3
67	4	4	4	3
68	4	4	3	3
69	3	3	3	4
70	4	4	4	4
71	3	3	3	3
72	4	4	4	3
73	3	3	3	4
74	3	3	4	4
75	4	4	4	4
76	3	3	3	3
77	4	4	4	4
78	3	3	3	4
79	4	3	3	3

80	4	4	3	4
81	4	4	4	4
82	3	3	3	3
83	3	3	3	3
84	3	3	3	3
85	3	3	3	3
86	3	3	4	4
87	4	4	4	4
88	4	4	3	4
89	4	3	3	3
90	3	3	3	3
91	3	3	3	3
92	4	4	3	4
93	3	3	3	4
94	3	3	3	3
95	3	3	3	4
96	3	4	3	4
97	3	3	3	3
98	3	4	3	3
99	4	4	3	4
100	3	3	3	4

No Responden	<i>Effort Expectancy (X2)</i>			
	EE.1	EE.2	EE.3	EE.4
1	4	4	3	3
2	3	4	4	4
3	4	3	3	4
4	3	3	3	3
5	3	3	3	3
6	4	4	3	4
7	3	3	3	3
8	3	3	3	3
9	3	3	3	3
10	4	4	3	3
11	3	3	3	3
12	3	3	3	4
13	3	3	3	3
14	3	3	3	3
15	4	4	3	3
16	4	4	3	3
17	3	3	3	3
18	4	4	3	4
19	4	4	3	3

20	4	4	3	3
21	3	3	3	3
22	4	4	4	3
23	3	3	4	3
24	3	3	3	3
25	3	3	3	3
26	3	3	3	3
27	3	3	3	3
28	4	4	4	4
29	3	3	3	3
30	3	3	3	3
31	3	3	4	3
32	4	4	3	4
33	3	3	3	3
34	3	3	4	3
35	3	3	3	3
36	3	3	3	3
37	3	3	3	2
38	3	3	3	3
39	3	3	4	3
40	3	4	3	4
41	3	3	4	4
42	4	4	3	4
43	3	3	4	3
44	3	3	3	4
45	3	3	3	4
46	3	2	3	3
47	3	3	3	3
48	3	3	3	3
49	3	3	3	3
50	3	3	3	3
51	3	3	3	3
52	3	3	3	4
53	3	3	3	3
54	3	3	3	3
55	3	3	3	3
56	4	4	3	4
57	3	3	3	4
58	4	4	3	4
59	3	3	3	3
60	3	3	3	3
61	3	3	3	3
62	3	3	3	3
63	3	3	3	4

64	3	3	3	3
65	4	4	3	3
66	3	3	3	2
67	3	4	4	3
68	3	3	3	4
69	4	3	3	3
70	3	3	3	3
71	3	3	3	3
72	4	4	4	3
73	3	3	4	3
74	2	4	3	3
75	4	3	3	3
76	2	3	3	4
77	4	4	4	4
78	3	3	3	3
79	3	4	3	3
80	4	3	3	4
81	3	3	4	3
82	2	4	4	4
83	3	3	3	3
84	3	4	3	3
85	3	4	4	2
86	3	3	3	3
87	4	3	4	4
88	3	3	4	3
89	4	3	3	4
90	3	3	3	3
91	4	4	3	3
92	4	3	3	4
93	3	3	3	3
94	3	3	3	3
95	3	3	3	3
96	3	3	4	4
97	3	3	3	4
98	4	4	3	3
99	3	3	3	4
100	4	4	3	3

No Responden	<i>Social Influence (X3)</i>		
	SI.1	SI.2	SI.3
1	3	4	4
2	3	3	3
3	3	3	3

4	2	3	3
5	3	3	3
6	2	4	4
7	3	3	3
8	2	4	4
9	2	3	3
10	3	4	4
11	3	3	3
12	2	3	3
13	3	4	4
14	4	3	3
15	2	3	3
16	2	3	3
17	2	3	3
18	3	3	3
19	2	4	4
20	3	3	3
21	4	3	3
22	3	4	4
23	3	4	4
24	4	4	3
25	4	2	2
26	3	3	3
27	2	2	3
28	2	3	4
29	3	4	4
30	2	3	3
31	3	3	4
32	2	4	4
33	4	4	3
34	2	4	4
35	2	3	2
36	3	3	3
37	1	3	2
38	3	3	3
39	2	3	3
40	2	4	3
41	3	3	4
42	3	3	4
43	2	4	4
44	3	3	4
45	2	3	3
46	3	3	3
47	4	4	3

48	3	3	3
49	4	3	3
50	3	4	4
51	2	4	4
52	3	4	4
53	2	4	4
54	2	4	4
55	2	3	3
56	3	4	4
57	2	4	4
58	3	4	4
59	3	3	3
60	2	4	4
61	3	3	3
62	2	4	4
63	2	3	3
64	3	4	4
65	3	4	4
66	3	3	4
67	3	3	4
68	3	3	3
69	2	3	4
70	4	4	3
71	2	2	3
72	3	3	3
73	3	4	4
74	4	3	4
75	2	3	4
76	4	4	4
77	2	3	4
78	4	3	4
79	2	3	3
80	4	3	3
81	3	3	3
82	2	3	3
83	3	3	4
84	2	4	4
85	4	4	3
86	1	4	4
87	4	4	4
88	2	3	2
89	1	3	3
90	2	2	3
91	2	4	4

92	2	4	4
93	2	4	4
94	3	3	3
95	4	4	4
96	1	4	4
97	2	4	4
98	4	2	3
99	3	3	4
100	1	3	4

No Responden	<i>Facilitating Conditions (X4)</i>			
	FC.1	FC.2	FC.3	FC.4
1	3	3	3	4
2	3	3	4	3
3	3	3	3	3
4	3	3	3	4
5	3	3	3	4
6	4	3	2	4
7	3	3	3	4
8	3	4	3	3
9	3	3	3	4
10	4	3	2	3
11	3	3	3	3
12	3	3	3	3
13	3	3	3	4
14	3	3	3	4
15	3	3	3	4
16	4	4	3	4
17	3	3	3	4
18	3	3	3	4
19	4	3	3	4
20	4	3	3	4
21	3	3	3	4
22	4	4	3	4
23	4	4	2	4
24	3	3	3	4
25	3	3	2	4
26	3	3	3	3
27	3	3	2	3
28	3	3	2	4
29	3	3	2	4
30	3	3	3	4
31	3	3	2	4

32	3	3	2	4
33	3	3	2	4
34	4	3	3	4
35	4	2	3	4
36	3	3	3	3
37	4	3	2	4
38	3	3	3	3
39	3	3	3	3
40	4	3	2	3
41	4	3	3	4
42	4	3	2	4
43	4	4	3	4
44	3	4	3	4
45	3	3	2	4
46	3	4	3	3
47	3	4	4	4
48	3	3	4	4
49	3	3	3	3
50	3	4	3	3
51	3	3	2	4
52	3	3	3	4
53	3	3	3	4
54	3	3	2	4
55	3	3	2	4
56	3	3	3	4
57	3	3	2	4
58	3	3	3	4
59	3	3	2	3
60	3	3	3	4
61	3	3	3	3
62	3	3	2	4
63	3	3	2	4
64	3	3	3	4
65	4	3	3	4
66	3	3	3	4
67	3	3	3	4
68	3	3	3	4
69	3	3	3	4
70	3	3	4	3
71	3	2	2	4
72	3	3	3	4
73	3	3	3	4
74	3	4	4	3
75	3	3	2	3

76	4	1	4	4
77	3	3	2	3
78	3	3	2	4
79	3	3	2	3
80	3	3	2	3
81	3	3	3	4
82	3	3	3	3
83	3	4	4	4
84	3	3	2	3
85	3	2	2	3
86	4	4	2	3
87	4	3	1	3
88	3	4	3	3
89	4	3	3	4
90	3	3	2	3
91	4	3	3	4
92	3	3	3	4
93	3	3	2	4
94	3	3	3	3
95	3	3	3	4
96	3	3	2	4
97	3	3	2	4
98	3	3	3	4
99	3	3	3	3
100	4	3	2	4

No Responden	<i>Habit (X5)</i>		
	HT.1	HT.2	HT.3
1	3	3	3
2	2	3	3
3	3	3	3
4	3	3	3
5	3	3	3
6	3	4	3
7	3	3	3
8	3	3	3
9	3	3	3
10	3	3	3
11	3	3	3
12	3	3	3
13	3	3	3
14	3	3	3
15	3	3	3

16	3	4	3
17	3	3	3
18	3	3	3
19	3	4	3
20	3	3	3
21	3	3	3
22	4	4	3
23	4	4	4
24	3	3	3
25	1	2	3
26	3	3	3
27	3	3	3
28	3	4	4
29	3	4	3
30	3	3	3
31	3	3	3
32	3	3	3
33	2	3	3
34	4	3	4
35	2	3	3
36	3	3	3
37	2	3	3
38	3	3	3
39	4	3	3
40	3	3	4
41	3	3	4
42	2	3	3
43	3	4	3
44	4	4	3
45	3	3	4
46	3	4	3
47	3	3	3
48	4	4	4
49	3	3	3
50	3	4	4
51	3	4	3
52	3	3	3
53	3	4	3
54	3	4	3
55	3	3	3
56	3	4	3
57	3	3	3
58	3	4	4
59	3	3	3

60	3	3	3
61	3	3	3
62	3	3	3
63	3	4	4
64	3	3	3
65	3	4	3
66	3	4	4
67	3	3	3
68	4	4	4
69	3	3	3
70	3	4	3
71	3	3	3
72	3	3	3
73	3	4	3
74	2	3	3
75	3	3	3
76	2	3	3
77	4	3	3
78	3	3	3
79	3	3	3
80	4	4	3
81	3	3	3
82	3	3	3
83	3	4	4
84	2	3	3
85	3	3	3
86	3	3	3
87	4	4	3
88	2	3	4
89	2	3	3
90	3	3	3
91	3	4	3
92	3	4	4
93	3	3	3
94	3	3	3
95	3	4	3
96	3	4	4
97	3	3	3
98	2	3	3
99	3	4	4
100	3	3	2

No Responden	<i>Behavioral Intention (X6)</i>		
	BI.1	BI.2	BI.3

1	3	3	3
2	3	3	3
3	3	3	3
4	3	3	3
5	3	3	3
6	3	4	3
7	3	3	3
8	4	2	3
9	3	2	3
10	3	2	3
11	3	3	3
12	3	3	3
13	3	3	3
14	3	3	3
15	3	2	3
16	3	4	3
17	3	3	3
18	3	3	3
19	3	3	3
20	3	3	3
21	3	3	3
22	4	4	3
23	4	4	3
24	3	3	3
25	4	4	3
26	3	3	3
27	3	3	2
28	4	4	3
29	3	3	3
30	3	3	3
31	3	4	3
32	3	3	3
33	3	3	3
34	4	4	3
35	3	3	3
36	3	3	3
37	3	3	3
38	3	3	3
39	3	3	3
40	3	4	3
41	4	4	3
42	3	4	3
43	3	3	2
44	3	2	3

45	4	4	3
46	3	3	3
47	3	3	3
48	4	4	3
49	3	3	3
50	4	4	3
51	3	3	3
52	3	3	3
53	3	3	3
54	3	3	3
55	3	3	3
56	3	3	3
57	3	3	3
58	4	4	3
59	3	3	3
60	3	3	3
61	3	3	3
62	3	3	3
63	4	4	3
64	3	3	3
65	2	3	3
66	4	4	3
67	4	3	3
68	4	4	3
69	3	3	3
70	3	3	3
71	3	3	2
72	3	3	3
73	3	3	3
74	4	4	2
75	3	3	3
76	3	3	3
77	4	3	3
78	3	3	3
79	2	3	3
80	3	3	3
81	3	4	3
82	3	3	3
83	4	3	3
84	3	3	3
85	3	4	4
86	4	3	4
87	3	3	3
88	4	4	4

89	3	2	3
90	3	3	3
91	3	4	3
92	4	4	3
93	3	3	3
94	3	3	3
95	3	3	3
96	3	4	3
97	3	4	3
98	3	3	3
99	3	4	3
100	3	2	3

No Responden	<i>Use Behavior (Y)</i>		
	UB.1	UB.2	UB.3
1	3	4	3
2	4	4	3
3	4	3	3
4	3	3	3
5	3	3	3
6	3	4	3
7	3	3	3
8	3	3	3
9	3	3	3
10	3	3	3
11	3	3	3
12	3	3	3
13	3	3	3
14	3	3	3
15	3	3	3
16	3	4	3
17	3	3	3
18	3	3	3
19	3	4	3
20	3	3	3
21	3	3	3
22	4	4	4
23	3	3	4
24	3	3	4
25	2	3	3
26	3	3	3
27	3	3	3
28	3	4	3
29	3	3	2
30	3	3	3
31	3	3	4

32	3	3	3
33	3	3	4
34	3	3	3
35	3	4	3
36	3	3	3
37	4	4	4
38	3	3	3
39	3	3	3
40	3	3	3
41	3	4	3
42	3	3	3
43	3	4	3
44	3	3	4
45	3	3	3
46	3	3	3
47	4	3	3
48	3	4	3
49	4	3	3
50	3	4	3
51	3	4	3
52	3	3	3
53	3	4	3
54	3	4	3
55	3	3	3
56	3	4	3
57	3	3	3
58	3	4	3
59	3	3	3
60	3	3	3
61	3	3	3
62	3	3	3
63	3	4	3
64	3	3	3
65	3	4	3
66	3	3	3
67	4	4	4
68	4	4	4
69	3	3	3
70	3	3	3
71	4	3	4
72	3	4	3
73	3	3	3
74	3	3	3
75	3	3	4
76	4	4	4
77	3	3	3
78	3	3	3
79	3	3	4

80	3	3	3
81	3	3	3
82	3	3	3
83	3	3	3
84	3	3	3
85	4	4	4
86	4	4	4
87	3	4	3
88	4	4	4
89	4	4	3
90	3	3	3
91	3	4	3
92	3	4	3
93	3	3	3
94	3	3	3
95	3	4	3
96	3	4	3
97	3	3	3
98	3	3	3
99	3	4	3
100	3	3	3

Lampiran 3. Hasil SmartPLS 4

1. Outer Model

Uji Validitas

Uji Validitas 1

	Behavioral Intention	Effort Expectancy	Facilitating Conditions	Habit	Performance Expectancy	Social Influence	Use Behavior
BI.1	0.848						
BI.2	0.864						
EE.1		-0.157					
EE.2		0.099					
EE.3		0.910					
EE.4		0.416					
FC.1			0.730				
FC.2			0.044				
FC.3			0.080				
FC.4			0.283				
FC.5			0.619				
HT.1				0.351			
HT.2				0.632			
HT.3				0.954			
PE.1					0.841		
PE.2					0.872		
PE.3					0.565		
PE.4					0.584		
SI.1						0.286	
SI.2						0.640	
SI.3						0.930	
UB.1							0.713
UB.2							0.849
UB.3							0.619

Construct reliability and validity

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Behavioral Intention	0.634	0.635	0.845	0.732
Effort Expectancy	0.456	0.063	0.351	0.259
Facilitating Conditions	-0.027	-0.019	0.436	0.201
Habit	0.590	1.133	0.705	0.478
Performance Expectancy	0.691	0.741	0.814	0.532
Social Influence	0.375	0.319	0.677	0.452
Use Behavior	0.646	0.753	0.774	0.538

Uji Validitas 2

	Behavioral Intention	Effort Expectancy	Facilitating Conditions	Habit	Performance Expectancy	Social Influence	Use Behavior
BI.1	0.845						
BI.2	0.866						
EE.3		0.913					
EE.4		0.466					
FC.1			0.731				
FC.5			0.697				
HT.2				0.613			
HT.3				0.964			
PE.1					0.841		
PE.2					0.872		
PE.3					0.564		
PE.4					0.584		
SI.2						0.674	
SI.3						0.994	
UB.1							0.735
UB.2							0.820
UB.3							0.663

Construct reliability and validity

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Behavioral Intention	0.634	0.636	0.845	0.732
Effort Expectancy	0.120	0.161	0.667	0.525
Facilitating Conditions	0.038	0.038	0.675	0.510
Habit	0.553	1.033	0.782	0.653
Performance Expectancy	0.691	0.742	0.814	0.532
Social Influence	0.742	3.509	0.833	0.721
Use Behavior	0.646	0.705	0.785	0.550

Validitas Diskriminan

Cross Loading

	Behavioral Intention	Effort Expectancy	Facilitating Conditions	Habit	Performance Expectancy	Social Influence	Use Behavior
BI.1	0.845	0.267	0.070	0.586	0.302	0.114	0.234
BI.2	0.866	0.316	0.114	0.625	0.247	0.060	0.242
EE.3	0.318	0.913	0.169	0.184	0.374	0.099	0.304
EE.4	0.147	0.466	-0.012	0.261	0.288	0.186	0.072
FC.1	0.049	0.127	0.731	0.020	0.076	0.162	0.298
FC.5	0.108	0.078	0.697	0.080	0.008	-0.063	0.267
HT.2	0.249	0.121	0.061	0.613	0.319	0.423	0.283
HT.3	0.745	0.275	0.060	0.964	0.244	0.074	0.208
PE.1	0.256	0.363	0.003	0.309	0.841	0.096	0.336
PE.2	0.287	0.411	0.050	0.359	0.872	0.105	0.308
PE.3	0.195	0.258	-0.004	-0.022	0.564	0.041	0.117
PE.4	0.174	0.249	0.149	0.147	0.584	0.083	0.118
SI.2	0.016	0.074	0.318	0.153	0.034	0.674	0.170
SI.3	0.108	0.168	0.033	0.179	0.120	0.994	0.001
UB.1	0.077	0.119	0.247	-0.066	0.097	-0.222	0.735
UB.2	0.314	0.277	0.383	0.404	0.314	0.185	0.820
UB.3	0.140	0.237	0.190	0.043	0.254	-0.076	0.663

2. Inner Model

	Behavioral Intention	Effort Expectancy	Facilitating Conditions	Habit	Performance Expectancy	Social Influence	Use Behavior
Behavioral Intention							1.000
Effort Expectancy	1.000						
Facilitating Conditions	1.000						1.000
Habit	1.000						
Performance Expectancy	1.000						
Social Influence	1.000						
Use Behavior							

R-square

	R-square	R-square adjusted
Behavioral Intention	0.533	0.508
Use Behavior	0.213	0.197

f-square

	Behavioral Intention	Effort Expectancy	Facilitating Conditions	Habit	Performance Expectancy	Social Influence	Use Behavior
Behavioral Intention							0.071
Effort Expectancy	0.031						
Facilitating Conditions	0.004						0.172
Habit	0.808						
Performance Expectancy	0.007						
Social Influence	0.006						
Use Behavior							

Bootstrapping

Mean, STDEV, T values, p values

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O /STDEV)	P values
Behavioral Intention -> Use Behavior	0.238	0.239	0.112	2.124	0.034
Effort Expectancy -> Behavioral Intention	0.138	0.135	0.094	1.474	0.141
Facilitating Conditions -> Behavioral Intention	0.044	0.053	0.110	0.394	0.693
Facilitating Conditions -> Use Behavior	0.371	0.400	0.117	3.172	0.002
Habit -> Behavioral Intention	0.659	0.661	0.071	9.309	0.000
Performance Expectancy -> Behavioral Intention	0.063	0.084	0.089	0.707	0.480
Social Influence -> Behavioral Intention	-0.054	-0.052	0.092	0.588	0.557

Lampiran 4. Hasil Turnitin



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Zuraidah, M.S.A
NIP : 197612102009122001
Jabatan : UP2M

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Mochamad Zuyyinal Ghozy
NIM : 19520079
Konsentrasi : Sistem Informasi Akuntansi

Judul Skripsi : **Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penggunaan Aplikasi Pemesanan Makanan Pada Pelaku UMKM di Kota Malang Menggunakan Metode UTAUT 2**

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut dinyatakan **LOLOS PLAGIARISM** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
19%	19%	10%	2%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 20 Desember 2023
UP2M



Zuraidah, M.S.A

Lampiran 5. Biodata

BIODATA PENELITI

Nama Lengkap : Mochamad Zuyyinal Ghozy
Tempat, Tanggal Lahir : Cilacap, 13 Januari 2000
Jenis Kelamin : Laki Laki
Alamat Asal : Jl Kemerdekaan Timur Rt 01 Rw 06 Kesugihan,
Kesugihan Kidul, Cilacap, Jawa Tengah
Agama : Islam
Nomer Telepon : 081325599103
E-mail : zuyyinalghozy@gmail.com

Pendidikan Formal

2006-2013 : SDN Kesugihan 01 Cilacap
2013-2016 : SMP Ali Maksum, Krapyak Yogyakarta
2016-2019 : SMA A Wahid Hasyim, Tebuireng Jombang
2019-2023 : Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Lampiran 6. Bukti Jurnal Bimbingan

21/12/23, 20.11

Print Jurnal Bimbingan Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

JURNAL BIMBINGAN SKRIPSI

IDENTITAS MAHASISWA:

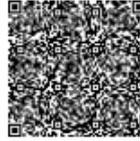
NIM : 19520079
Nama : Mochamad Zuyyinal Ghozy
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Akuntansi
Dosen Pembimbing : Wuryaningsih, M.Sc
Judul Skripsi : **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PENGGUNAAN APLIKASI ORDER MAKANAN PADA PELAKU UMKM DI KOTA MALANG MENGGUNAKAN METODE UTAUT**

JURNAL BIMBINGAN :

No	Tanggal	Deskripsi	Tahun Akademik	Status
1	7 September 2023	Menentukan Judul Skripsi	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
2	25 September 2023	Mengerjakan Bab 1 dan 2 serta Revisi	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
3	13 Oktober 2023	Mengerjakan BAB 1, 2 dan 3 serta Revisian	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
4	13 Oktober 2023	Mengerjakan BAB 1, 2 dan 3 serta Revisian	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
5	13 Oktober 2023	Mengerjakan BAB 1, 2 dan 3 serta Revisian	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
6	17 Oktober 2023	Revisi BAB 1,2 dan 3	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
7	10 November 2023	Revisi Seminar Proposal	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
8	22 November 2023	Membahas Kuesioner Penelitian	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
9	24 November 2023	Membahas Kuesioner Penelitian ke-2	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
10	20 Desember 2023	Konsultasi Bab 4 dan 5	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi

Malang, 20 Desember 2023

Dosen Pembimbing



Wuryaningsih, M.Sc