

## ABSTRAK

*E-commerce* adalah salah satu contoh bentuk *finance technology* yang dalam penggunaannya membutuhkan *smartphone* dan jaringan internet. Namun, faktor keamanan menjadi salah satu hambatan penggunaan *e-commerce*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji faktor-faktor yang memengaruhi minat konsumen untuk menggunakan *e-commerce* pada aplikasi Tokopedia di Kota Semarang.

Penelitian dilakukan dengan menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2) yang terdiri dari ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, niat perilaku dan perilaku penggunaan dengan penambahan variabel persepsi keamanan dan persepsi kepercayaan. Penelitian ini diuji dengan menggunakan analisis PLS-SEM dengan aplikasi SmartPLS 3 pada 100 sampel yang merupakan pengguna aplikasi Tokopedia di Kota Semarang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekspektasi usaha, motivasi hedonis, dan persepsi kepercayaan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku untuk menggunakan Tokopedia. Sementara itu, ekspektasi kinerja, kondisi yang memfasilitasi, dan persepsi keamanan tidak berpengaruh terhadap niat perilaku. Hasil pengujian juga menunjukkan bahwa niat perilaku terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku penggunaan Tokopedia. Lebih lanjut, niat perilaku diketahui menjadi faktor penentu yang paling signifikan.

*Keywords: UTAUT, UTAUT 2, e-commerce, Tokopedia, Persepsi Keamanan, Persepsi Kepercayaan*