

INTENSI PENGGUNAAN APLIKASI IKM BERBASIS ANDROID: STUDI DAGIN MARKET HUB KOTA TANJUNGPINANG

Oleh
Dona Anggriani
NIM.190563201144

ABSTRAK

Dengan adanya internet kemajuan teknologi telah berkembang pesat dan membuka peluang bisnis baru salah satunya yaitu *e-commerce*. *E-commerce* merupakan salah satu teknologi canggih yang paling mendorong kemajuan bisnis digital di Indonesia. *E-commerce* sebagai bisnis atau tempat menjual produk dan membeli produk fisik atau elektronik secara online. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis intensi penggunaan Aplikasi Dagin Market Hub. Dengan menggunakan teori *Technology Acceptance Model (TAM)* dengan menggunakan variabel (*Personal Attractiveness, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Attitude, Behavioral Intention*) untuk melihat keinginan seseorang dalam menggunakan Aplikasi Dagin Market Hub. Penelitian ini merupakan penelitian eksplanatori dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner. Populasi pada penelitian ini yaitu pengguna Aplikasi Dagin Market Hub dengan sampel 63. Namun setelah melalui beberapa proses dalam penyebaran kuesioner maka didapat jumlah responden yang digunakan dalam mengolah data tersebut berjumlah 45 responden. Pada penelitian ini peneliti menggunakan analisis SEM (*Structural Equation Modeling*) dan aplikasi SmartPLS (*Partial Least Square*) versi 3.2.9. penelitian ini terdapat 3 hipotesis yang tidak berpengaruh yaitu variabel *Personal Attractiveness* tidak berpengaruh terhadap *Attitude*, *Perceived Ease of Use* tidak berpengaruh terhadap *Attitude*, *Perceived Usefulness* tidak berpengaruh terhadap *Attitude*.

Kata Kunci : *E-commerce*, TAM (*Technology Acceptance Model*), Dagin Market Hub, Intensi.

**INTENTION USE APPLICATION IKM BASED ANDROID: STUDY DAGIN
MARKET HUB KOTA TANJUNGPINANG**

**By
Dona Anggriani
190563201144**

ABSTRACT

With the internet, technological advances have developed rapidly and opened up new business opportunities, one of which is e-commerce. E-commerce is one of the advanced technologies that is driving the progress of digital business in Indonesia. E-commerce as a business or place to sell products and buy physical or electronic products online. This research aims to analyze intentions to use the Dagin Market Hub Application. By using the Technology Acceptance Model (TAM) theory using variables (Personal Attractiveness, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Attitude, Behavioral Intention) to see a person's desires in using the Dagin Market Hub Application. This research is explanatory research using a quantitative approach. The data collection technique in this research is by distributing questionnaires. The population in this study was Dagin Market Hub Application users with a sample of 63. However, after going through several processes in distributing the questionnaire, the number of respondents used in processing the data was 45 respondents. In this study, researchers used SEM (Structural Equation Modeling) analysis and the SmartPLS (Partial Least Square) application version 3.2.9. In this research, there are 3 hypotheses that have no effect, namely the Personal Attractiveness variable has no effect on Attitude, Perceived Ease of Use has no effect on Attitude, Perceived Usefulness has no effect on Attitude.

Keywords: *E-commerce, TAM (Technology Acceptance Model), Dagin Market Hub, Intention.*