

## **Adopsi Perilaku Belanja Daring Menggunakan Teori Perilaku Rencana: Penekanan atas Pengaruh Lingkungan dan Media Massa**

**Ika Puspita Kristianti  
Sumiyana, Dr., M.Si., Ak., CA.**

### **Intisari**

Perkembangan *e-commerce* di Indonesia yang sangat pesat menjadi salah satu bukti adanya perubahan gaya hidup konsumen dalam berbelanja dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi. Penelitian ini mengembangkan Teori Perilaku Rencana dalam menjelaskan dan memprediksi proses adopsi perilaku belanja daring oleh konsumen. Dengan menggunakan teori perilaku rencana sebagai dasar, penelitian ini meneliti hubungan lingkungan sosial, keyakinan atas terjaganya privasi, kepercayaan atas internet, *self-efficacy*, kondisi fasilitas dan perilaku belanja daring.

Data penelitian dikumpulkan dari 242 orang responden. Analisis data mengindikasikan bahwa keyakinan terhadap *self-efficacy*, seperti halnya kondisi fasilitas, berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kontrol perilaku persepsian, yang secara positif mempengaruhi perilaku belanja daring. Sementara itu, keluarga dan teman sebaya berpengaruh secara positif terhadap norma subyektif, namun norma subyektif tidak mempengaruhi perilaku belanja daring. Privasi, seperti halnya kepercayaan terhadap internet, berpengaruh secara positif terhadap sikap, yang tidak mempengaruhi perilaku belanja daring.

Secara singkat, responden yang memiliki keyakinan terhadap *self-efficacy* dan memiliki akses terhadap kondisi dan fasilitas yang mendukung akan cenderung memiliki kemungkinan yang lebih besar untuk melakukan perilaku belanja daring dibandingkan mereka yang tidak memiliki *self efficacy* maupun kondisi fasilitas.

Kata kunci: perilaku belanja daring, teori perilaku rencana, adopsi *e-commerce*, *structural equation modelling*

## **Online Shopping Behavior Adoption using Theory of Planned Behavior:**

### **The Influences of Environment and Mass Media**

**Ika Puspita Kristianti**

**Sumiyana, Dr., M.Si., Ak., CA.**

#### **Abstract**

The rapid growth of e-commerce development in Indonesia has become a proof of consumers' lifestyle changing in doing purchases using information technology development. This research develop Theory of Planned Behavior in explaining and predicting the adoption process of consumers' online purchasing behavior. Using Theory of Planned Behavior as its basis, this research investigated the relationship of social environment, internet privacy, internet trustworthy, self efficacy, facilitating condition and online shopping behavior.

Data were collected from 242 respondents. Analysis of the data indicates that beliefs about self-efficacy, as well as facilitating conditions, positively affect perceived control behavior, which in turn positively affect online shopping behavior. Meanwhile, families and peers are positively affects subjective norms, but not affects online shopping behavior. Privacy, as well as internet trustworthy, positively affects attitude, which is not affects online shopping behavior.

In short, respondents who believe in self efficacy and have access to supportive facilitating condition were more likely to make internet shopping than were those without such beliefs.

Keyword: online shopping behavior, theory of planned behavior, e-commerce adoption, structural equation modelling