

ABSTRAK

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT UMKM BERTRANSAKSI DI *E-COMMERCE*

Oleh

IKHSAN HABIB FABILLAH

Tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan bukti empiris mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat UMKM bertransaksi di *e-commerce*. Penelitian ini dilakukan di Provinsi Lampung yang terdiri dari 13 Kabupaten dan 2 Kotamadya dengan analisisnya UMKM yang sudah menggunakan *e-commerce* sebagai tempat berjualan yang dimana sampel dalam penelitian ini berjumlah 400 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan *nonprobability sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan model *Structural Equation Model* (SEM).

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi sosial tidak berpengaruh terhadap minat UMKM bertransaksi di *e-commerce*. Sedangkan persepsi kepercayaan, persepsi kenyamanan dan persepsi keuntungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat UMKM bertransaksi di *e-commerce*.

Kata Kunci : Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Sosial dan Persepsi Kepercayaan, Persepsi Kenyamanan dan Persepsi Keuntungan

ABSTRACT

**FACTORS INFLUENCING MSME INTEREST IN TRANSACTING
IN E-COMMERCE**

By

IKHSAN HABIB FABILLAH

The purpose of this study is to provide empirical evidence regarding the factors that influence MSME interest in transacting in e-commerce. This research was conducted in Lampung province which consists of 13 districts and 2 municipalities with analysis of MSME that have used e-commerce as a place to sell, where the sample in this study was 400 respondents. The sampling technique used was nonprobability sampling. The data analysis method used is a quantitative method using the Structural Equation Model (SEM) model.

The results of this research show that perceived usefulness, perceived ease to use, social perception do not influence MSMEs' interest in transacting in e-commerce. Meanwhile, perceived trust, perceived enjoyment and perceived profits have a positive and significant effect on MSME interest in transacting in e-commerce.

Keywords: *Perceived Usefulness, Perceived Ease To Use, Social Perception, Perceived Trust, Perceived Enjoyment and Perceived Profits.*