

**EVALUASI PENERIMAAN DAN KESUKSESAN CHATBOT  
PADA *E-COMMERCE* SHOPEE MENGGUNAKAN METODE  
UTAUT-3 DAN *IS SUCCESS MODEL***

**DESI AGUSTRIANTI  
H1101211004**

**SKRIPSI**



**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN ALAM  
UNIVERSITAS TANJUNGPURA  
PONTIANAK  
2025**

**EVALUASI PENERIMAAN DAN KESUKSESAN CHATBOT  
PADA *E-COMMERCE* SHOPEE MENGGUNAKAN METODE  
UTAUT-3 DAN *IS SUCCESS MODEL***

**DESI AGUSTRIANTI  
H1101211004**

Skripsi  
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Komputer pada Program Studi Sistem Informasi



**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN ALAM  
UNIVERSITAS TANJUNGPURA  
PONTIANAK  
2025**

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : Evaluasi Penerimaan dan Kesuksesan Chatbot Shopee  
Menggunakan Metode UTAUT-3 dan *IS Success Model*  
Nama Mahasiswa : Desi Agustrianti  
NIM : H1101211004  
Jurusan/Program Studi : Sistem Informasi/Sistem Informasi  
Tanggal Lulus : 12 Juni 2025  
SK Pembimbing : 3461/UN22.8/TD.06/2024/1 November 2024  
SK Penguji : 1704/UN22.8/TD.06/2025/5 Juni 2025

### Dosen Pembimbing

Pembimbing I



Ilhamsyah, S.Si., M.Cs.  
NIP. 198405102012121001

Pembimbing II



Nurul Mutiah, S.T., M.T.  
NIP. 198711182015042002

### Dosen Penguji

Ketua Penguji




Renny Puspita Sari, S.T., M.T.  
NIP. 198704182015042001

Anggota Penguji



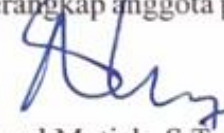
Dian Prawita, S.T., M.Eng.  
NIP. 198411132015041001

Pimpinan Sidang  
(merangkap anggota penguji)



Ilhamsyah, S.Si., M.Cs.  
NIP. 198405102012121001

Sekretaris Sidang  
(merangkap anggota penguji)



Nurul Mutiah, S.T., M.T.  
NIP. 198711182015042002

Mengesahkan  
Dekan Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam  
Universitas Tanjungpura



Prof. Dr. Gusrizal, S.Si., M.Si.  
NIP. 197108022000031001

## PERNYATAAN INTEGRITAS AKADEMIK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Desi Agustrianti  
NIM : H1101211004  
Program Studi/Jurusan : Sistem Informasi/Sistem Informasi  
Fakultas : Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam

Dengan ini menyatakan bahwa dokumen ilmiah Tugas Akhir yang disajikan ini tidak mengandung unsur pelanggaran integritas akademik sesuai Peraturan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, Dan Teknologi Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 2021. Apabila di kemudian hari dokumen ilmiah Tugas Akhir ini mengandung unsur pelanggaran integritas akademik sesuai ketentuan perundangan tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum yang berlaku.

Demikian pernyataan ini untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pontianak, 12 Juni 2025



Desi Agustrianti

H1101211004

# EVALUASI PENERIMAAN DAN KESUKSESAN CHATBOT PADA *E-COMMERCE* SHOPEE MENGGUNAKAN METODE UTAUT-3 DAN *IS SUCCESS MODEL*

(Studi Kasus: Shopee Indonesia)

## Abstrak

Perubahan gaya hidup bersosial dan berbudaya masyarakat Indonesia menuntun kontribusi positif teknologi dalam penyebaran dan mendapatkan informasi melalui media internet. Penerapan teknologi informasi mendorong para pelaku usaha untuk melebarkan strategi bisnis yang tidak terbatas ruang dan waktu melalui *platform marketplace online (e-commerce)*. Layanan Chatbot sebagai layanan virtual pengguna dengan dukungan kecerdasan buatan menghasilkan relevansi informasi berbagai variasi ajuan pengguna secara *real-time* yang akan mengoptimalkan pelayanan dalam dunia bisnis. Namun, perlu diperhatikan bahwasanya teknologi Chatbot memiliki keterbatasan kemampuan dalam menjawab persoalan dikarenakan sistem pembelajaran mesin berbasis dari jumlah sumber daya yang dimilikinya. Oleh karena itu, penelitian ini menggabungkan 2 model yakni UTAUT-3 sebagai komponen yang menggambarkan persepsi penerimaan teknologi Chatbot dan *IS Success Model* untuk mengukur kesuksesan teknologi kebermanfaatannya layanan Chatbot yang diluncurkan Shopee. Penelitian ini menggunakan pendekatan dengan teknik analisis SEM-PLS dan penggunaan *software* SmartPLS 4 sebagai alat bantu pengujian. Pengujian dilakukan terbagi menjadi 2 tahapan, yakni *outer model* dan *inner model*. Hasil Uji *path coefficient*, diperoleh jalur yang memiliki hubungan paling kuat dalam mempengaruhi keputusan seseorang berminat menggunakan teknologi adalah *performance expectancy* dan hubungan yang paling mempengaruhi nilai kesuksesan Chatbot adalah *user satisfaction*. Kemudian, melalui uji signifikansi hubungan antar variabel terhadap 12 hipotesis penelitian terdapat 2 hipotesis yang ditolak dan 10 hipotesis dinyatakan diterima. Hasil penilaian evaluasi tingkat penerimaan teknologi Chatbot Shopee sebesar 3,833 maka dikategorikan baik dan tingkat kesuksesan teknologi Chatbot Shopee sebesar 3,871 maka dikategorikan baik dengan skala 1-5.

**Kata Kunci:** UTAUT-3, *IS Success Model*, *Shopee Indonesia*, SEM-PLS, *User Acceptance Model*

# ***EVALUATION OF CHATBOT ACCEPTANCE AND SUCCESS IN SHOPEE E-COMMERCE USING UTAUT-3 METHOD AND IS SUCCESS MODEL***

***(Case Study: Shopee Indonesia)***

## ***Abstract***

*Changes in the social and cultural lifestyle of Indonesian society lead to a positive contribution of technology in disseminating and obtaining information through internet media. The application of information technology encourages businesses to expand business strategies that are not limited to space and time through online marketplace platforms (e-commerce). Chatbot services as virtual user services with the support of artificial intelligence produce information relevance of various variations of real-time user requests that will optimize services in the business world. However, it should be noted that Chatbot technology has limited ability to answer problems because the machine learning system is based on the number of resources it has. Therefore, this study combines 2 models, namely UTAUT-3 as a component that describes the perceived acceptance of Chatbot technology and the IS Success Model to measure the success of the technology usefulness of the Chatbot service launched by Shopee. This research uses an approach with SEM-PLS analysis techniques and the use of SmartPLS 4 software as a testing tool. Testing is divided into 2 stages, namely the outer model and inner model. The results of the path coefficient test, obtained the path that has the strongest relationship in influencing a person's decision to use technology is performance expectancy and the relationship that most affects the value of Chatbot success is user satisfaction. Then, through the significance test of the relationship between variables on 12 research hypotheses, 2 hypotheses were rejected and 10 hypotheses were accepted. The results of the evaluation of the level of acceptance of Shopee Chatbot technology are 3.833, so it is categorized as good and the level of success of Shopee Chatbot technology is 3.871, so it is categorized as good on a scale of 1-5.*

***Keywords:*** UTAUT-3, IS Success Model, Shopee Indonesia, SEM-PLS, User Acceptance Model

## PRAKATA

Puji Syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **“Evaluasi Penerimaan dan Kesuksesan Chatbot pada *E-Commerce* Shopee Menggunakan Metode UTAUT-3 dan *IS Success Model*”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sistem Informasi (S.Kom) pada Program Studi Sistem Informasi di Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Tanjungpura.

Dalam proses penyelesaian tugas akhir ini, penulis mendapatkan banyak dukungan, bimbingan, dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua tercinta yang menjadi pemacu semangat menjadi alasan terkuat penulis tetap bertahan dan melangkah maju menyelesaikan studi. Terima kasih atas kasih sayang dan doa yang terus mengalir deras mengiringi setiap langkah perjalanan penulis selama masa perkuliahan.
2. Bapak Ilhamsyah, S Si., M.Cs. selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Nurul Mutiah, S.T., M.T. selaku Dosen Pembimbing II yang selalu menyempatkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis selama proses penulisan skripsi.
3. Ibu Renny Puspita Sari, S.T., M.T. selaku Dosen Penguji I dan Bapak Dian Prawira S.T., M.Eng. selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan arahan dan nasihat terkait perbaikan penulisan skripsi hingga dapat terselesaikan dengan lebih baik.
4. Dosen Pengajar Program Studi Sistem Informasi Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Tanjungpura yang secara tulus memberikan ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.
5. Bapak Prof. Dr. Gusrizal, S.Si., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam.

6. Teman-teman angkatan 2021 “ETERNITY” yang berjalan beriringan bersama penulis dari masa mahasiswa baru hingga terselesainya studi, kenangan pahit dan manis kita disetiap langkah memperjuangkan gelar ini akan terus hidup dalam ingatan penulis.
7. Responden penelitian yang telah bersedia mengisi kuesioner, dan tanpa mengurangi rasa syukur serta hormat kepada seluruh pihak yang terlibat dalam proses penulisan tugas akhir ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
8. Desi Agustrianti, ya! diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-sebesarnya telah bertahan dan berjuang menyelesaikan yang telah dimulai, walaupun sering putus asa atas apa yang sedang diusahakan. Tidak mudah untuk sampai di titik ini, *really proud of this excellent achievement*. Teruslah berjalan maju tumbuh menjadi wanita kuat dengan rasa sabar dan ikhlas atas segala ketentuan-Nya.

Pontianak, 11 Juni 2025  
Penulis

Desi Agustrianti

NIM. H1101211004

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN INTEGRITAS AKADEMIK .....</b>	<b>iii</b>
<b>Abstrak.....</b>	<b>iv</b>
<b>Abstract.....</b>	<b>v</b>
<b>PRAKATA.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR PERSAMAAN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Batasan Masalah.....	3
1.5 Manfaat Penelitian.....	3
1.6 Sistematika Penelitian.....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
2.1 Studi Literatur.....	6
2.1.1 Teknologi Informasi dan Komunikasi.....	6
2.1.2 <i>E-Commerce</i> .....	6
2.1.3 <i>Artificial Intelligence</i> .....	7
2.1.4 Chatbot .....	7
2.1.5 Chatbot Shopee .....	7
2.1.6 <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 3 (UTAUT-3)</i> ..	9
2.1.7 <i>Information System Success Model</i> .....	11
2.1.8 <i>Structural Equation Model (SEM) - Partial Least Squares (PLS)</i> .....	13
2.1.9 Populasi dan Sampel .....	15
2.1.10 Validitas Kuesioner .....	16
2.1.11 Reliabilitas Kuesioner .....	16
2.2 Penelitian Terdahulu .....	16
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>18</b>
3.1 Kerangka Kerja Penelitian.....	18
3.1.1 <i>Environment</i> .....	19
3.1.2 <i>Information System Research</i> .....	19
3.1.3 <i>Knowledge Base</i> .....	20
3.2 Metode Penelitian.....	20
3.2.1 Studi Literatur .....	21

3.2.2	Pemetaan Model Penelitian.....	22
3.2.3	Perancangan Hipotesis .....	22
3.2.4	Populasi dan Sampel .....	22
3.2.5	Validitas dan Reliabilitas Kuesioner .....	22
3.2.6	Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	23
3.2.7	Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	23
3.2.8	Hasil Analisis Model Penelitian.....	23
<b>BAB IV ANALISIS DAN PERANCANGAN .....</b>		<b>24</b>
4.1	Identifikasi Variabel Penelitian.....	24
4.1.1	Variabel <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 3</i> .....	24
4.1.2	Variabel dan Indikator <i>IS Success Model</i> .....	27
4.1.3	Indikator Penelitian .....	30
4.2	Model Penelitian.....	34
4.2.1	Hubungan <i>Social Influence</i> dan <i>Performance Expectancy</i> .....	34
4.2.2	Hubungan <i>Performance Expectancy</i> dan <i>Behavioural Intention</i> .....	35
4.2.3	Hubungan <i>Personal Innovativeness</i> dan <i>Effort Expectancy</i> .....	35
4.2.4	Hubungan <i>Personal Innovativeness</i> dan <i>Behavioural Intention</i> .....	35
4.2.5	Hubungan <i>Effort Expectancy</i> dan <i>Behavioural Intention</i> .....	35
4.2.6	Hubungan <i>Habit</i> dan <i>Use</i> .....	36
4.2.7	Hubungan <i>Behavioural Intention</i> dan <i>Use</i> .....	36
4.2.8	Hubungan <i>System Quality</i> dan <i>User Satisfaction</i> .....	36
4.2.9	Hubungan <i>Service Quality</i> dan <i>User Satisfaction</i> .....	36
4.2.10	Hubungan <i>Information Quality</i> dan <i>User Satisfaction</i> .....	37
4.2.11	Hubungan <i>User Satisfaction</i> dan <i>Net Benefit</i> .....	37
4.2.12	Hubungan <i>Net Benefit</i> dan <i>Use</i> .....	37
4.3	Hipotesis Penelitian .....	37
4.4	Instrumen Penelitian .....	39
4.4.1	Pengembangan Indikator.....	39
4.4.2	Kuesioner Penelitian .....	42
4.5	Uji Validitas Kuesioner.....	46
4.6	Uji Reliabilitas Kuesioner .....	47
4.7	Populasi dan Sampel Penelitian.....	48
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>50</b>
5.1	Data Responden Penelitian.....	50
5.1.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
5.1.2	Responden Berdasarkan Usia.....	50
5.1.3	Responden Berdasarkan Domisili .....	51
5.1.4	Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	52
5.2	Pra-Pertanyaan Kuesioner .....	52
5.2.1	Jawaban Pra-Pertanyaan Kuesioner.....	53

5.3 Rekapitulasi Jawaban Kuesioner .....	56
5.4 Model Penelitian SEM-PLS .....	57
5.5 Hasil Pengujian <i>Outer Model (Measurement Model)</i> .....	58
5.5.1 Uji Validitas Konvergen.....	59
5.5.2 Uji Validitas Diskriminan.....	61
5.5.3 Uji Reliabilitas Model.....	64
5.5.4 Hasil Uji <i>Outer Model</i> .....	65
5.6 Hasil Pengujian <i>Inner Model (Structural Model)</i> .....	68
5.6.1 Uji <i>Path Coefficient</i> .....	68
5.6.2 Uji <i>T-Test (T)</i> .....	69
5.6.3 Uji <i>Coefficient of Determinat (R-Square/R<sup>2</sup>)</i> .....	70
5.6.4 Uji <i>Effect Size (f<sup>2</sup>)</i> .....	72
5.6.5 Uji <i>Predictive Relevance (Q-Square/Q<sup>2</sup>)</i> .....	74
5.7 Model Akhir.....	74
5.8 Interpretasi Hasil Analisis Model .....	77
5.8.1 Hubungan <i>Social Influence</i> terhadap <i>Performace Expectancy</i> .....	77
5.8.2 Hubungan <i>Performance Expectancy</i> Terhadap <i>Behavioural Intention</i> .....	77
5.8.3 Hubungan <i>Personal Innovativeness</i> Terhadap <i>Effort Expectancy</i> .....	78
5.8.4 Hubungan <i>Personal Innovativeness</i> Terhadap <i>Behavioral Inntention</i> .....	78
5.8.5 Hubungan <i>Effort Expectancy</i> terhadap <i>Behavioural intention</i> .....	78
5.8.6 Hubungan <i>Habit</i> Terhadap <i>Use</i> .....	79
5.8.7 Hubungan <i>Behavioural Intention</i> Terhadap <i>Use</i> .....	79
5.8.8 Hubungan <i>System Quality</i> Terhadap <i>User Satisfaction</i> .....	80
5.8.9 Hubungan <i>Service Quality</i> Terhadap <i>User Satisfaction</i> .....	80
5.8.10 Hubungan <i>Information Quality</i> Terhadap <i>User Satisfaction</i> .....	81
5.8.11 Hubungan <i>User Satisfaction</i> Terhadap <i>Net Benefit</i> .....	81
5.8.12 Hubungan <i>Net Benefit</i> Terhadap <i>Use</i> .....	81
5.9 Evaluasi Tingkat Penerimaan Teknologi Chatbot Shopee.....	82
5.9.1 Tingkat <i>Performance Expectancy</i> Chatbot Shopee.....	83
5.9.2 Tingkat <i>Effort Expectancy</i> Chatbot Shopee .....	83
5.9.3 Tingkat <i>Social Influence</i> Chatbot Shopee .....	83
5.9.4 Tingkat <i>Personal Innovativeness</i> Chatbot Shopee.....	84
5.9.5 Tingkat <i>Habit</i> Chatbot Shopee .....	84
5.9.6 Tingkat <i>Behavioural Intention</i> Chatbot Shopee.....	85
5.9.7 Tingkat <i>Use</i> Chatbot Shopee.....	85
5.9.8 Interpretasi Hasil Tingkat Penerimaan Teknologi Chatbot Shopee ....	85
5.10 Evaluasi Tingkat Kesuksesan Teknologi Chatbot Shopee.....	86
5.10.1 Tingkat <i>System Quality</i> Chatbot Shopee.....	87
5.10.2 Tingkat <i>Service Quality</i> Chatbot Shopee .....	87
5.10.3 Tingkat <i>Information Quality</i> Chatbot Shopee.....	88

5.10.4 Tingkat <i>User Satisfaction</i> Chatbot Shopee .....	88
5.10.5 Tingkat <i>Net Benefit</i> Chatbot Shopee .....	88
5.10.6 Interpretasi Hasil Tingkat Kesuksesan Teknologi Chatbot Shopee ....	89
5.11 Rekomendasi .....	90
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>92</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>94</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>105</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Tampilan Halaman Chatbot Shopee “Choki” .....	8
Gambar 2. 2 Model UTAUT-3 .....	10
Gambar 2. 3 <i>Update Information System Success Model</i> .....	12
Gambar 3. 1 Kerangka Kerja Penelitian .....	18
Gambar 3. 2 Metode Penelitian.....	21
Gambar 4. 1 Irisan Variabel UTAUT-3 dan <i>IS Success Model</i> .....	30
Gambar 4. 2 Model Penelitian .....	34
Gambar 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas .....	48
Gambar 5. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
Gambar 5. 2 Responden Berdasarkan Usia.....	51
Gambar 5. 3 Responden Berdasarkan Domisili .....	51
Gambar 5. 4 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	52
Gambar 5. 5 Model Penelitian SEM-PLS.....	58
Gambar 5. 6 Model Akhir Penelitian .....	75

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 4. 1 Variabel dan Indikator UTAUT-3 .....	24
Tabel 4. 2 Variabel dan Indikator <i>IS Success Model</i> .....	27
Tabel 4. 3 Variabel dan Indikator Penelitian .....	32
Tabel 4. 4 Pengembangan Indikator.....	39
Tabel 4. 5 Kuesioner Penelitian .....	42
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Kuesioner.....	46
Tabel 5. 1 Jawaban Pra-Pertanyaan Responden.....	53
Tabel 5. 2 Rekapitulasi Jawaban Responden .....	56
Tabel 5. 3 Nilai <i>Outer Loadings</i> .....	59
Tabel 5. 4 Nilai <i>Outer Loadings 2</i> .....	60
Tabel 5. 5 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	61
Tabel 5. 6 Nilai <i>Cross Loading</i> .....	62
Tabel 5. 7 Nilai <i>Fornell-Larcker Criterion</i> .....	63
Tabel 5. 8 Nilai Uji Reliabilitas Variabel .....	64
Tabel 5. 9 Ringkasan Nilai Uji <i>Outer Model</i> .....	66
Tabel 5. 10 Nilai <i>Path Coefficient</i> .....	68
Tabel 5. 11 Nilai <i>Coefficient of Determinant (R<sup>2</sup>)</i> .....	71
Tabel 5. 12 Hasil Uji Hipotesis ( <i>T-Test</i> ).....	69
Tabel 5. 13 Hasil Uji <i>Effect Size</i> .....	72
Tabel 5. 14 Nilai Uji <i>Predictive Relevance</i> .....	74
Tabel 5. 15 Ringkasan Nilai Uji <i>Inner Model</i> .....	76
Tabel 5. 16 Interval Kategori Penerimaan .....	82
Tabel 5. 17 Tingkat <i>Performance Expectancy</i> .....	83
Tabel 5. 18 Tingkat <i>Effort Expectancy</i> .....	83
Tabel 5. 19 Tingkat <i>Social Influence</i> .....	84
Tabel 5. 20 Tingkat <i>Personal Innovativeness</i> .....	84
Tabel 5. 21 Tingkat <i>Habit</i> .....	84
Tabel 5. 22 Tingkat <i>Behavioural Intention</i> .....	85
Tabel 5. 23 Tingkat <i>Use</i> .....	85
Tabel 5. 24 Tingkat Penerimaan Chatbot Shopee .....	85
Tabel 5. 25 Interval Kategori Kesuksesan .....	87
Tabel 5. 26 Tingkat <i>System Quality</i> .....	87
Tabel 5. 27 Tingkat <i>Service Quality</i> .....	87
Tabel 5. 28 Tingkat <i>Information Quality</i> .....	88
Tabel 5. 29 Tingkat <i>User Satisfaction</i> .....	88
Tabel 5. 30 Tingkat Kesuksesan Chatbot Shopee .....	89

## **DAFTAR PERSAMAAN**

Persamaan 1. Rumus Perhitungan <i>Effect Size</i> .....	14
Persamaan 2. Rumus Perhitungan <i>Predictive Relevance</i> .....	15
Persamaan 3. Rumus Perhitungan Sampel <i>Lemeshow</i> .....	15
Persamaan 4. Rumus Perhitungan Interval Penerimaan dan Kesuksesan .....	82

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 .....	105
Lampiran 2 .....	112
Lampiran 3 .....	116

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dukungan aspek penerapan teknologi dan informasi (TIK) menuntun perubahan gaya hidup bersosial dan berbudaya masyarakat Indonesia. Masyarakat dapat dengan mudah menyebarkan dan mendapatkan informasi melalui media internet merupakan salah satu kontribusi positif teknologi. Adopsi internet pada teknologi informasi yang tercatat oleh APJII pada tahun 2024 mencapai 79,5% populasi masyarakat Indonesia. Sektor bisnis mendukung kemajuan dengan merealisasikan *platform online (e-commerce)* yang mudah diakses melalui internet tanpa batasan ruang dan waktu sebagai strategi peningkatan pemasaran, pelayanan, dan penjualan produk yang mendukung kenaikan laba perusahaan dalam persaingan pasar (Sari dkk., 2023).

Terdapat 5 situs *e-commerce* terbesar di Indonesia, diantaranya Bukalapak: Blibli, Lazada, Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee (Adi Ahdiat, 2023). Pada bulan May 2024, Shopee menempati kategori *e-commerce* paling banyak dikunjungi di Indonesia dengan persentase kunjungan sebesar 51.25% dan tercatat secara konsisten mengalami kenaikan jumlah pengunjung (Similarweb, 2024). Kenaikan angka kunjungan situs *e-commerce* Shopee berdampak pada bertambahnya variasi keluhan pengguna terkait produk dan layanan yang ditawarkan. Oleh karena itu, Shopee meluncurkan fitur Chatbot yang dinamai “Choki” sebagai *customer service* virtual dengan melibatkan teknologi berbasis kecerdasan buatan (*artificial intelligence*) yang efektif melayani ajuan pertanyaan dan keluhan pengguna melalui pesan berbasis teks sepanjang waktu (Syafriana dkk., 2024).

Pemanfaatan teknologi Chatbot sebagai strategi bisnis optimalisasi pelayanan dan mempertahankan kepuasan pengguna berkembang secara signifikan. Kepuasan pengguna terhadap layanan Chatbot dipengaruhi oleh kemampuannya dalam mengolah data dan memproses informasi berbasis pesan teks dengan catatan perhatian khusus pada kecepatan respon dan kesesuaian jawaban untuk memenuhi kepuasan pengguna (Alghaniy, 2024). Namun, teknologi Chatbot Shopee memiliki

keterbatasan pada tingkat pemahaman yang hanya mampu mengenali kalimat yang bersifat sederhana sehingga masih terdapat kemungkinan ketidaktepatan jawaban yang diberikan oleh sistem menjawab persoalan.

Berlandaskan kelebihan dan kelemahan yang dimiliki Chatbot Shopee, sehingga penting untuk mengetahui tingkat penerimaan dan kesuksesan layanan yang diluncurkan Shopee. Selain itu, penting pula untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan kembali dan perspektif kebermanfaatan dari sisi pengguna akhir agar industri mampu mempertahankan dan meningkatkan penggunaan layanan. Sehingga, diterapkan metode *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) sebagai kerangka struktural yang telah teruji mampu menilai penerimaan dan penggunaan teknologi sebesar 70,7% (Fardiansyah dkk., 2023). *Information System Success Model* ditambahkan dalam penelitian sebab kerangka struktural relevan untuk menilai kebermanfaatan teknologi yang dipengaruhi oleh kepuasan pengguna sebagai cerminan dari kesuksesan layanan.

Sehingga, objek penelitian ini merupakan teknologi Chatbot Shopee yang berjudul “Evaluasi Penerimaan Pengguna dan Kesuksesan Teknologi Chatbot Pada *E Commerce* Shopee Menggunakan Metode UTAUT-3 dan *IS Success Model*”. Tujuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran persepsi akan keberlanjutan penggunaan dan kebermanfaatan Chatbot dengan menguji faktor-faktor yang menjadi pertimbangan individu dalam menggunakan teknologi Chatbot Shopee.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berlandaskan uraian latar belakang, adapun rumusan masalah pada penelitian, sebagai berikut:

1. Bagaimana hubungan pengaruh variabel-variabel pada model struktural mampu menjelaskan penerimaan dan kesuksesan teknologi Chatbot Shopee?
2. Bagaimana tingkat penerimaan dan kesuksesan teknologi Chatbot Shopee berdasarkan hasil pengukuran setiap variabel dalam model struktural?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian, sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh signifikan masing-masing variabel dalam model UTAUT-3 dan *IS Success Model* terhadap penggunaan dan kebermanfaatan teknologi Chatbot Shopee.
2. Mengukur nilai rata-rata variabel prediktor penggunaan dan kebermanfaatan teknologi Chatbot Shopee dalam model UTAUT-3 dan *IS Success Model*.

### 1.4 Batasan Masalah

Adapun batasan permasalahan pada penelitian, sebagai berikut:

1. Layanan Chatbot Shopee merupakan objek penelitian dengan target responden pengguna aplikasi Shopee wilayah Pontianak.
2. Pokok bahasan penelitian adalah faktor yang mempengaruhi penerimaan teknologi Chatbot dan evaluasi kesuksesannya sebagai *customer service*.
3. Evaluasi penerimaan teknologi Chatbot menggunakan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 3*.
4. Evaluasi kesuksesan teknologi Chatbot menggunakan *IS Success Model*.
5. Variabel penerimaan dan variabel kesuksesan akan diintegrasikan untuk menguji tingkat pengaruhnya terhadap penggunaan dan kesuksesan teknologi.
6. Dukungan penelitian berupa ketersediaan data dikumpulkan menggunakan teknik kuesioner kepada pengguna aktif Shopee dan sudah berpengalaman menggunakan teknologi Chatbot.
7. *Structural Equation Model (SEM) - Partial Least Squares (PLS)* diterapkan sebagai teknik pengolahan data dan pengujian model.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat dan berkontribusi, sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini memberikan pemahaman mendalam kepada peneliti dalam hal implementasi ilmu pengetahuan mengenai penerapan metode UTAUT-3

sebagai faktor penilaian yang dipertimbangkan pengguna dalam penerimaan teknologi dan penerapan *IS Success Model* sebagai landasan faktor penilaian kesuksesan teknologi.

## 2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini memberikan informasi tingkat penggunaan dan kebermanfaatan Chatbot Shopee beserta faktor yang menjadi pertimbangan pengguna dalam memutuskan penerimaan teknologi Chatbot. Penelitian ini juga memaparkan pelayanan teknologi Chatbot yang dapat menjadi bahan referensi *customer service improvement* Shopee dalam meningkatkan pelayanan Chatbot agar terus selaras dengan kebutuhan penggunanya.

## 3. Bagi Pembaca

Penelitian ini memberikan pengetahuan mengenai faktor yang menjadi pertimbangan individu dalam menerima dan menggunakan teknologi yang dapat dijadikan referensi bagi para pelaku usaha maupun masyarakat umum yang ingin menerapkan teknologi Chatbot berbasis *artificial intelligence* sebagai strategi peningkatan pelayanan. Selanjutnya penelitian ini juga dapat menjadi referensi pengembangan metode dan teori dalam konteks penyusunan penelitian penerimaan teknologi.

### 1.6 Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian menyajikan gambaran terstruktur mengenai keterkaitan setiap bagian dalam sebuah tugas akhir yang akan mendukung pemahaman menyeluruh terhadap penelitian yang dilakukan. Adapun sistematika dijabarkan sebagai berikut:

#### **BAB I            PENDAHULUAN**

Pada Bab I Pendahuluan berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian serta sistematika penelitian.

#### **BAB II           LANDASAN TEORI**

Pada Bab II Tinjauan Pustaka berisi studi literatur mencakup dasar teori dan tinjauan pustaka yang menjadi acuan dalam penelitian yang

dilakukan. Dasar teori berisikan kumpulan pengetahuan dasar pendapat para ahli dan jurnal yang berkaitan sebagai bahan penelitian, sedangkan tinjauan pustaka adalah kumpulan penelitian terdahulu yang dijadikan pembanding penelitian yang dilakukan.

### **BAB III           METODOLOGI PENELITIAN**

Pada Bab III Metodologi Penelitian membahas kerangka penelitian yang digunakan dan langkah-langkah yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan penelitian.

### **BAB IV           ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Pada Bab IV Analisis dan Perancangan berisi analisis awal penelitian mencakup analisis variabel dan indikator yang relevan dengan studi kasus, pengembangan model dan hipotesis yang digunakan dalam penelitian. Pada tahap ini juga dilakukan perancangan pernyataan kuesioner yang disebarkan kepada 30 orang sebagai bahan uji validitas dan realibilitas pernyataan kuesioner yang digunakan untuk mengukur hubungan antar variabel.

### **BAB V           HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada Bab V Hasil Penelitian dan Pembahasan memuat hasil olah data jawaban kuesioner kepada sejumlah sampel penelitian. Pada tahap ini juga dilakukan pengujian terhadap *inner* dan *outer model* penelitian hingga memunculkan hasil berupa nilai akhir signifikansi hubungan model penelitian dan uraian rekomendasi penelitian.

### **BAB VI           PENUTUP**

Pada Bab VI Penutup memuat kesimpulan berupa uraian hasil penelitian dan saran berupa uraian perbaikan yang diharapkan dari hasil rangkaian proses olah dan analisis data yang telah dilakukan pada Bab V. Saran berisikan harapan perbaikan kepada tempat studi kasus dan pengembangan penelitian yang dapat dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya.