Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

ANALISA PERILAKU PENGGUNA *MARKETPLACE* PADA *FACEBOOK* MENGGUNAKAN METODE *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR* (TPB)

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Komputer pada
Program Studi Sistem Informasi

Oleh:

M.HAMDALA UTAMA
11653103393

FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
2022

UIN SUSKA RIAU

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERSETUJUAN

ANALISA PERILAKU PENGGUNA *MARKETPLACE* PADA *FACEBOOK* MENGGUNAKAN METODE *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR* (TPB)

TUGAS AKHIR

Oleh:

M.HAMDALA UTAMA
11653103393

Telah diperiksa dan disetujui sebagai laporan Tugas Akhir
di Pekanbaru, pada tanggal 21 Januari 2022

Ketua Program Studi	Pembimbing
Eki Saputra, S.Kom., M.Kom.	**Dr. M. Luthfi Hamzah, B.IT., M.Kom.**
NIP. 198307162011011008	**NIP. 199001242019031017**

asalah.
im Riau

UIN SUSKA RIAU

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISA PERILAKU PENGGUNA *MARKETPLACE* PADA *FACEBOOK* MENGGUNAKAN METODE *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR* (TPB)

TUGAS AKHIR

Oleh:

M.HAMDALA UTAMA
11653103393

Telah dipertahankan di depan sidang dewan penguji
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
di Pekanbaru, pada tanggal 22 November 2021

Pekanbaru, 22 November 2021
Mengesahkan,

Dekan

Dr. Hartono, M.Pd.
NIP. 196403011992031003

Ketua Program Studi

Eki Saputra, S.Kom., M.Kom.
NIP. 198307162011011008

DEWAN PENGUJI:

Ketua : **Eki Saputra, S.Kom., M.Kom.**

Sekretaris : **Dr. M. Luthfi Hamzah, B.IT., M.Kom.**

Anggota 1 : **Syaifullah, SE., M.Sc.**

Anggota 2 : **Nesdi Evrilyan Rozanda, S.Kom., M.Sc.**

asalah.
im Riau

UIN SUSKA RIAU

© Ha

Hak Cip
1. Dilara
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran Surat:

Nomor : Nomor 25/2022

Tanggal : 24 Januari 2022

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: M.Hamdala Utama
NIM	: 11653103393
Tempat /Tanggal Lahir	: Desa Teratak, 14 Juni 1997
Fakultas	: Sains dan Teknologi
Prodi	: Sistem Informasi
Judul Skripsi	: Analisa Perilaku Pengguna *Marketplace* Pada *Facebook* Menggunakan Metode *Theory Of Planned Behavior* (TPB)

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan Skripsi dengan judul sebagaimana tersebut diatas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya ilmiah saya sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Skripsi saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undang.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 24 Januari 2022
Yang membuat pernyataan,

M.Hamdala Utama
NIM : 11653103393

rif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL

Tugas Akhir yang tidak diterbitkan ini terdaftar dan tersedia di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau adalah terbuka untuk umum, dengan ketentuan bahwa hak cipta ada pada penulis. Referensi kepustakaan diperkenankan dicatat, tetapi pengutipan atau ringkasan hanya dapat dilakukan atas izin penulis dan harus dilakukan mengikuti kaedah dan kebiasaan ilmiah serta menyebutkan sumbernya.

Penggandaan atau penerbitan sebagian atau seluruh Tugas Akhir ini harus memperoleh izin tertulis dari Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Perpustakaan dapat meminjamkan Tugas Akhir ini untuk anggotanya dengan mengisi nama, tanda peminjaman, dan tanggal pinjam pada *form* peminjaman.

UIN SUSKA RIAU

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan di dalam daftar pustaka.

Pekanbaru, 22 November 2021
Yang membuat pernyataan,

M.HAMDALA UTAMA
NIM. 11653103393

UIN SUSKA RIAU

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

LEMBAR PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Bersyukur kita hanya pada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan kesempatan dalam penyelesaian Tugas Akhir ini, dengan ucapan penuh syukur padamu Ya Allah atas limpahan karunia dan cintamu telah memberikanku kekuatan, keberanian dan iman serta tidak henti-hentinya kita memuji Allah *Rabbal 'Aalamiin*. Selanjutnya tidak lupa pula kita haturkan shalawat untuk junjungan alam kita yakni nabi besar kita Muhammad SAW semoga kita mendapat syafaat beliau di *yaumil mahsyar* nanti *Aamiin Yaa Rabbal 'Aalamiin*. Dengan izin engkau ya Allah hamba akhirnya bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini dan izinkan hamba persembahkan hadiah indah ini sebagai peningkat rasa syukur untuk penyemangat hidupku, penghibur sedih, penyejuk jiwa, dan penimbul keceriaan diraut muka dua orang pahlawanku tercinta Ayah dan Ibu tersayang, Sumber kekuatan dan motivasi, Pemberi nasehat jikalau salah, Penuh kasih sayang, dan yang selalu menadakan tangan untuk memohon kepada *Rabbul 'Aalamiin* dan juga dalam sujudnya untukku. Terimakasih untuk semua motivasi dan dukungan yang selalu diberikan selama ini dalam penyusunan Tugas Akhir ini. Semoga kita selalu dalam lindungan Allah SWT dan dimudahkan dalam segala urusan. *Aamiin Yaa Rabbal 'Aalamiin*.

UIN SUSKA RIAU

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh.

Alhamdulillahirabbil'alamiin. Bersyukur kita selalu kepada Allah SWT yang sudah mencurahkan nikmatnya dan *Alhamdulillah* atas izin Allah SWT akhirnya Tugas Akhir ini bisa dituntaskan. Shalawat kita kirimkan kepada Nabi besar kita yakninya Nabi Muhammad SAW, semoga dengan seringnya kita bershalawat kepada beliau kita mendapat syafaat beliau diakhirat nanti. Laporan Tugas Akhir ini adalah satu diantara beberapa ketentuan untuk mendulang gelar kesarjanaan di Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (UIN SUSKA RIAU). Pada saat yang berbahagia ini ucapan terima kasih serta do'a disampaikan pada:

1. Bapak Prof. Dr. Hairunnas, M.Ag sebagai Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Dr. Hartono, M.Pd sebagai Dekan Fakultas Sains dan Teknologi.
3. Bapak Eki Saputra, S.Kom., M.Kom sebagai Ketua Program Studi Sistem Informasi.
4. Bapak Tengku Khairil Ahsyar, S.Kom., M.Kom Pembimbing Akademik yang telah membimbing dan memberikan perhatian selama dunia perkuliahan.
5. Bapak Dr. M. Luthfi Hamzah, B.IT., M.Kom Dosen Pembimbing Tugas Akhir, terimakasih telah memberikan bimbingan, nasehat, dan meluangkan waktu serta bantuannya selama penulisan Tugas Akhir ini.
6. Bapak Nesdi Evrilyan Rozanda, S.Kom., M.Sc dan Bapak Syaifullah, SE., M.Sc dosen penguji yang telah memberi masukan serta pembelajaran dalam pengerjaan Tugas Akhir ini.
7. Pegawai dan Staff Program Studi Sistem Informasi yang telah mau memberikan waktu dan upaya membantu dan memuluskan dalam pengurusan administrasi Tugas Akhir.
8. Dosen Program Studi Sistem Informasi yang telah memberikan banyak ilmu, pembelajaran yang tiada terlupakan.
9. Kepada Ayah dan Amak tercinta Bapak M. Yuhar, BA (Alm) dan Ibu Syafnizar A.Md yang sudah memperjuangkan seluruhnya, senantiasa mencurahkan perhatian, kasih sayang dan do'a, sehingga menjadi pemulus langkah penulis. Tiada kata yang bisa dirangkai untuk menjelaskan betapa bersyukur penulis memiliki kalian. Terimakasih untuk jerih payah yang tercurah yang tanpa pamrih ibu dan bapak berikan. *Aamiin Yaa Rabbal*

'Aalamiin.

10. Kepada sahabat penulis terkasih spesial untuk keluarga SIF B 2016 atas *support* dan segalanya teruntuk pengerjaan karya ilmiah ini dan selalu hadir dalam tiap kesempatan.
11. Untuk saudara tidak sedarah ku satu kontrakan, Alfin, Yandri, Ferdi, Wahyudi, Irul, Akbar, Wahyu, Zulkhairi, dan teman-teman lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu, kalian adalah sahabat yang sangat aku sayangi, terimakasih untuk 2016 sampai sekarang, terima kasih sudah mewarnai masa-masa muda ku di Kota Pekanbaru ini.
12. Semuanya yang tiada dapat dicantumkan namanya, besar harapan saya pertolongan dan bimbingan yang telah diusahakan sejauh ini dibalas oleh Allah, *Aamiin Yaa Rabbal 'Aalamiin*.

Laporan Tugas Akhir ini tetap mengandung kekurangan. Komentar (kritik) dan saran yang menegakkan bisa disampaikan lewat *e-mail* m.hamdala.utama@students.uin-suska.ac.id. Semoga melalui ini, bisa berguna untuk yang memerlukannya. *Wassalamu'alaikum warahmatullah wabarakatuh*.

Pekanbaru, 21 Januari 2022

Penulis,

M.HAMDALA UTAMA

NIM. 11653103393

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

ANALISA PERILAKU PENGGUNA *MARKETPLACE* PADA *FACEBOOK* MENGGUNAKAN METODE *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR* (TPB)

M.HAMDALA UTAMA
NIM: 11653103393

Tanggal Sidang: 22 November 2021
Periode Wisuda:

Program Studi Sistem Informasi
Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Jl. Soebrantas, No. 155, Pekanbaru

ABSTRAK

Kampar merupakan salah satu Kabupaten terbesar di Provinsi Riau dengan pengguna *Facebook* cukup tinggi tetapi masyarakatnya belum peka dan peduli terhadap perubahan zaman yang penuh dengan teknologi. Khususnya dibidang pemasaran digital, dalam pemanfaatan *Marketplace Facebook* masih minim dikarenakan kurangnya pengetahuan, dan kreatifitas dalam bermedia sosial. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengukur perilaku pengguna *Marketplace Facebook* di Kabupaten Kampar. Metode yang digunakan adalah *Theory of Planned Behavior*, untuk menganalisis 5 hipotesis, diantaranya: *Atttitude Toward Behavior* (ATB) terhadap *Behavioral Intention* (BI), *Subjective Norm* (SN) terhadap *Behavioral Intention* (BI), *Perceived Behavioral Control* (PBC) terhadap *Behavioral Intention* (BI), *Behavioral Intention* (BI) terhadap *Behavior* (B), dan *Perceived Behavioral Control* PBC terhadap *Behavior* (B). Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan didapatlah kesimpulan bahwa dari 5 hipotesis yang diajukan hanya 2 yang berpengaruh signifikan, yaitu variabel SN berpengaruh signifikan terhadap BI dan variabel PBC berpengaruh signifikan terhadap B. Sedangkan 3 hipotesis lainnya tidak berpengaruh signifikan yaitu variabel ATB tidak berpengaruh signifikan terhadap BI, variabel PBC tidak berpengaruh signifikan terhadap BI dan variabel BI tidak berpengaruh signifikan terhadap B.

Kata Kunci: Perilaku, *Facebook*, *Marketplace*, *Theory of Planned Behavior*

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Behavior ANALYSIS OF MARKETPLACE USERS ON FACEBOOK USING THEORY OF PLANNED Behavior (TPB) METHOD

M.HAMDALA UTAMA
NIM: 11653103393

Date of Final Exam: November 22th 2021
Graduation Period:

Department of Information System
Faculty of Science and Technology
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Soebrantas Street, No. 155, Pekanbaru

ABSTRACT

Kampar is one of the largest districts in Riau Province with quite a high number of Facebook users, but the people are not sensitive and care about the changing times that are full of technology. Especially in the field of digital marketing, the use of the Facebook Marketplace is still minimal due to a lack of knowledge and creativity in social media. The purpose of this study is to measure the Behavior of Facebook Marketplace users in Kampar Regency. The method used is Theory of Planned Behavior, to analyze 5 hypotheses, including: Attitude Toward Behavior (ATB) on Behavioral Intention (BI), Subjective Norm (SN) on Behavioral Intention (BI), Perceived Behavioral Control (PBC) on Behavioral Intention (BI), Behavioral Intention (BI) on Behavior (B), and Perceived Behavioral Control PBC on Behavior (B). Based on the results of data analysis, it was concluded that of the 5 hypotheses proposed only 2 had a significant effect, namely the SN variable had a significant effect on BI and the PBC variable had a significant effect on B. While the other 3 hypotheses had no significant effect, namely the ATB variable had no significant effect on BI, the PBC variable has no significant effect on BI and the BI variable has no significant effect on B.

Kata Kunci: *Behavior*, *Facebook*, *Marketplace*, *Theory of Planned Behavior*

UIN SUSKA RIAU

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN ii

LEMBAR PENGESAHAN iii

LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL iv

LEMBAR PERNYATAAN v

LEMBAR PERSEMBAHAN vi

KATA PENGANTAR vii

ABSTRAK ix

ABSTRACT x

DAFTAR ISI xi

DAFTAR GAMBAR xv

DAFTAR TABEL xviii

DAFTAR SINGKATAN xix

1 PENDAHULUAN **1**

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Perumusan Masalah 6

1.3 Batasan Masalah 6

1.4 Tujuan 6

1.5 Manfaat 7

1.6 Sistematika Penulisan 7

2 LANDASAN TEORI **8**

2.1 *Facebook* 8

2.1.1 *Marketplace* 9

2.1.1.1 Model Bisnis *Marketplace Facebook* 10

2.1.1.2 Perbedaan *E-Commerce* dan *Marketplace* 11

2.2 Sistem Informasi Keperilakuan 12

2.2.1 Konsep Dasar Sistem Informasi Keperilakuan 12

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.2.2 Perilaku 12
2.2.3 Teori-teori dan Model-Model Sistem Informasi Keperilakuan 13
2.2.4 Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior*) . . 14
2.2.5 Model *Theory of Planned Behavior* 15
2.2.5.1 Sikap Terhadap Perilaku 16
2.2.5.2 Norma Subjektif 16
2.2.5.3 Kontrol Perilaku Persepsian 17
2.2.5.4 Minat Perilaku 17
2.2.5.5 Perilaku 18
2.3 *Structural Equation Model* (SEM) 18
2.3.1 SEM berbasis *Component atau Variance*-PLS 18
2.3.2 Evaluasi Model 19
2.3.3 Model Pengukuran atau *Outer Model* 19
2.3.4 Model Struktural atau *Inner Model* 20
2.4 Uji Hipotesis 20
2.5 Profil Objek Penelitian 21
2.6 Populasi dan Sampel 21
2.6.1 Pengambilan Sampel 21
2.6.2 Teknik Sampel 22
2.7 Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis 22
2.7.1 *Attitude Toward Behavior*) berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* 22
2.7.2 *Subjective Norm* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* 22
2.7.3 *Perceived Behavioral Control* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* 23
2.7.4 *Perceived Behavioral Control* berpengaruh terhadap perilaku *Behavior* 24
2.7.5 *Behavioral Intention* berpengaruh terhadap *Behavior* 24
2.8 Penelitian terdahulu 25

3 METODOLOGI PENELITIAN 30
3.1 Tahap Pendahuluan 30
3.1.1 Observasi 31
3.1.2 Wawancara 31
3.1.3 Studi Pustaka 31
3.1.4 Identifikasi Masalah 31
3.1.5 Menentukan Tujuan dan Manfaat 32

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.1.6 Menentukan Teknik Pengumpulan Data 32
3.1.7 Menentukan Metode Penelitian 32
3.1.8 Menentukan Hipotesis 32
3.2 Tahap Pengumpulan Data 33
3.2.1 Wawancara 34
3.2.2 Pembuatan Kuesioner 34
3.2.3 Menyebarkan Kuesioner 35
3.3 Tahap Pengolahan Data 36
3.4 Tahap Analisis dan Pembahasan 36
3.4.1 Konsep Model *Theory of Planned Behavior* 36
3.4.2 Evaluasi *Outer Model* 37
3.4.2.1 Evaluasi *Inner Model* 40
3.4.2.2 Pengujian Hipotesis 42
3.4.3 Pembahasan 43
3.4.4 Rekomendasi 43

4 ANALISIS DAN HASIL 44
4.1 Sistem yang Sedang Berjalan 44
4.2 Data Jawaban Responden Pengguna *Marketplace Facebook* 47
4.3 Identifikasi Masalah 50
4.4 Deskripsi Responden 52
4.4.1 Pengkarakteran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin . . 52
4.4.2 Pengkarakteran Responden Berdasarkan Usia 52
4.4.3 Pengkarakteran Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir 53
4.4.4 Pengkarakteran Responden Berdasarkan Pendapatan 54
4.4.5 Pengkarakteran Responden Berdasarkan Jenis Produk . . . 55
4.5 Konsep Model *Theory of Planned Behavior* 55
4.6 Analisis Data 56
4.6.1 Evaluasi (*outer model*) 57
4.6.1.1 Uji Validitas 57
4.6.1.2 Rancangan Ulang Diagram Jalur 62
4.6.1.3 Uji Reabilitas 67
4.6.2 Evaluasi *Inner Model* 70
4.6.3 Model Hipotesis yang Diajukan 71
4.6.4 Pengujian Hipotesis 71
4.7 Hasil Akhir Analisis Data Berdasarkan Pengujian Hipotesis 72
4.8 Pembahasan 73

4.9 Rekomendasi 76
4.9.1 Rekomendasi Pada *Subjective Norm* Untuk Pengguna *Marketplace Facebook* 76
4.9.2 Rekomendasi Pada *Perceived Behavioral Control* Untuk Pengguna *Marketplace Facebook* 77
4.10 Rekomendasi Perbaikan 77
4.10.1 Rekomendasi Perbaikan *Behavior* Untuk Pengguna *Marketplace Facebook* 78
4.10.2 Rekomendasi Perbaikan Minat Perilaku (*Behavioral Intention*) untuk penggunaan *Marketplace Facebook* 78
4.10.3 Rekomendasi Perbaikan *Attitude Toward Behavior* Untuk Pengguna *Marketplace Facebook* 78

5 PENUTUP **80**
5.1 Kesimpulan 80
5.2 Saran 80

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN A HASIL WAWANCARA **A - 1**

LAMPIRAN B DOKUMENTASI **B - 1**

LAMPIRAN C DATA HASIL KUESIONER ONLINE DAN SEM PLS **C - 1**

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

DAFTAR GAMBAR

2.1 Model Tradisional Bisnis *Online* 10
2.2 Model Bisnis *Marketplace Facebook* 11
2.3 Model *Theory of Planned Behavior* 15

3.1 Tahap Pendahuluan 30
3.2 Tahap Pendahuluan 31
3.3 Model TPB 33
3.4 Tahap Pengumpulan Data 33
3.5 Tahap Pengolahan Data 36
3.6 Tahap Analisis dan Pembahasan 36
3.7 Diagram Jalur *Theory of Planned Behavior* yang Telah Dirancang . 37
3.8 *Convergent Validity* Konstruk *Behavior* 38
3.9 *Convergent Validity* Konstruk *Behavioral Intention* 38
3.10 *Convergent Validity* Konstruk *Attitude Toward Behavior* 39
3.11 *Convergent Validity* Konstruk *Subjective Norm* 39
3.12 *Convergent Validity* Konstruk *Perceived Behavioral Control* 39
3.13 *Inner Model Attitude Toward Behavior* Terhadap *Behavioral Intention* 40
3.14 *Inner Model Subjective Norm* Terhadap *Behavioral Intention* 40
3.15 *Inner Model Perceived Behavioral Control* Terhadap *Behavioral Intention* 41
3.16 *Inner Model Perceived Behavioral Control* Terhadap *Behavior* . . . 41
3.17 *Inner Model Behavioral Intention* Terhadap *Behavior* 41
3.18 Variabel ATB Berpengaruh Terhadap BI 42
3.19 Variabel SN Berpengaruh Terhadap BI 42
3.20 Variabel PBC Berpengaruh Terhadap BI 42
3.21 Variabel PBC Berpengaruh Terhadap B 43
3.22 Variabel BI Berpengaruh Terhadap B 43

4.1 Halaman awal *Marketplace Facebook* 44
4.2 Halaman Ubah Kategori *Marketplace Facebook* 45
4.3 Halaman Kategori Produk *Marketplace Facebook* 45
4.4 Halaman Untuk Penjualan Produk 46
4.5 Konsumen mencari tahu barang/jasa sesuai budget yang mereka punya tetapi kualitas tidak murahan 48
4.6 Calon pembeli membatalkan kesepakatan jual beli karna alasan dengan berbagai hal 49

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

4.7 Pembeli melakukan tawar-menawar untuk mendapatkan harga yang sesuai dengan barang yang mereka sukai. 49
4.8 Calon Pembeli memastikan kondisi barang sesuai dengan gambar dengan cara menghubungi penjual secara langsung. 50
4.9 *Chart Pie* Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 52
4.10 *Chart Pie* Data Responden Berdasarkan Usia 53
4.11 *Chart Pie* Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir 54
4.12 *Chart Pie* Data Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan . . . 54
4.13 *Chart Pie* Data Responden Berdasarkan jenis produk 55
4.14 *Theory of Planned Behavior* (Jogiyanto (2007)) 56
4.15 *Path Diagram* yang Telah Dirancang 56
4.16 Hasil *Path Diagram* yang Telah dirancang 58
4.17 *Convergent Validity* untuk Variabel ATB 58
4.18 *Convergent Validity* untuk Variabel SN 59
4.19 *Convergent Validity* untuk Variabel PBC 60
4.20 *Convergent Validity* untuk Variabel BI 60
4.21 *Convergent Validity* untuk Variabel B 61
4.22 *Path Diagram* yang Sudah Dibuat Ulang 62
4.23 Hasil *Path Diagram* yang Sudah Dibuat Ulang 63
4.24 *Convergent Validity* untuk variabel ATB 63
4.25 *Convergent Validity* untuk Variabel SN 64
4.26 *Convergent Validity* untuk Variabel PBC 64
4.27 *Convergent Validity* untuk Variabel BI 65
4.28 *Convergent Validity* untuk Variabel B 66
4.29 *Average Variance Extracted* (AVE) 67
4.30 *Composite Reliability* 68
4.31 *Cronbach's Alpha* 69
4.32 *R-Square* 70
4.33 Hipotesis yang Diusulkan 71

B.1 Wawancara Pengguna *Marketplace Facebook* . . . . . B - 1
B.2 *Handphone* yang sudah di *Bypass* . . . . . B - 1
B.3 Brosur Jasa Buka *Icloud* Terkunci . . . . . B - 2

C.1 Tabulasi Pengguna *Marketplace Facebook* . . . . . C - 2
C.2 Hasil *Path Diagram* . . . . . C - 3
C.3 Hasil *Path Diagram* yang Telah Dirancang . . . . . C - 3
C.4 Hasil Path Diagram yang Telah Dirancang Ulang . . . . . C - 4

C.5 Hasil *Cross Loading* . . . . . C - 4
C.6 *Average Variance Extracted* (AVE) . . . . . C - 5
C.7 *Composite Reliability* . . . . . C - 5
C.8 *Cronbach's Alpha* . . . . . C - 6
C.9 *R-Square* . . . . . C - 6
C.10 *Path Coefficients* . . . . . C - 7

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
   a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
   b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

DAFTAR TABEL

1.1 Perilaku-perilaku pengguna *Marketplace* 3

2.1 Teori-Teori Perilaku Jogiyanto (2007) 14

4.1 Klasifikasi Jawaban Responden *Marketplce Facebook* 47
4.2 Keterangan Skala 47
4.3 Perilaku-perilaku pengguna *Marketplace* 48
4.4 Pengkarakteran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 52
4.5 Pengkarakteran Responden Berdasarkan Usia 53
4.6 Pengkarakteran Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir . . . 53
4.7 Pengkarakteran Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan . . . 54
4.8 Pengkarakteran Responden Berdasarkan Jenis Produk 55
4.9 Nilai *loading* Variabel ATB (Bagian 1) 59
4.10 Nilai *loading* Variabel SN (Bagian 1) 59
4.11 Nilai *loading* Variabel PBC (Bagian 1) 60
4.12 Nilai *loading* Variabel BI (Bagian 1) 61
4.13 Nilai *loading* Variabel B (Bagian 1) 61
4.14 Nilai *loading* Variabel ATB (Bagian 2) 63
4.15 Nilai *loading* Variabel SN (Bagian 2) 64
4.16 Nilai *loading* Variabel PBC (Bagian 2) 65
4.17 Nilai *loading* Variabel BI (Bagian 2) 65
4.18 Nilai *loading* Variabel B (Bagian 2) 66
4.19 Nilai *Discriminant Validity* Variabel (*cross loading*) 66
4.20 *Average Variance Extracted*(AVE) 67
4.21 *Composite Reliability* 68
4.22 *Cronbach's Alpha* 69
4.23 *R-Square* 70
4.24 *Path Coefficients* (Bagian 1) 71
4.25 *Path Coefficients* (Bagian 2) 72
4.26 *Path Coefficients* (Bagian 3) 73
4.27 Rekomendasi Pada *Subjective Norm* 77
4.28 Rekomendasi Pada *Perceived Behavioral Control* 77
4.29 Rekomendasi Perbaikan *Behavior* 78
4.30 Rekomendasi Perbaikan *Behavioral Intention* 78
4.31 Rekomendasi Perbaikan *Attitude Toward Behavior* 79

UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
   a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
   b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR SINGKATAN

TPB	:	*Theory of Planned Behavior*
ATB	:	*Attitude Toward Behavior*
SN	:	*Subjective Norm*
PBC	:	*Perceived Behavioral Control*
BI	:	*Behavioral Intention*
B	:	*Behavior*
SEM	:	*Structural Equation Model*
TRA	:	*Theory of Reasoned Action*
PLS	:	*Partial Least Square*

UIN SUSKA RIAU

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia menjadi pangsa terbesar pengguna aplikasi belanja *online*. Posisi Indonesia meningkat dalam segi transaksi dan pengunjung *website Marketplace*. Hadirnya pengunjung tersebut menjadikan *E-Commerce* di Indonesia semakin berkembang. Salah satu penyebabnya adalah perilaku belanja *online* yang semakin dikenal masyarakat. Meningkatnya pengunjung *Marketplace* dimulai dari tahun 2012, tahun 2014 sampai 2015. Posisi pertama Marketplace di indonesa pada tahun 2020 ditempati oleh Shopee sebagai *top E-Commerce* dengan 97,7 juta pengunjung. Semenjak kemunculan kasus positif Covid-19 di Indonesia pada Maret, pengunjung situs Shopee mencatatkan peningkatan dari 76,5 juta menjadi 97,7 juta pada Juni 2020. Kedua ditempati Tokopedia dengan 89,7 juta pengunjung. Pada bulan Juni 2020, pengunjung Tokopedia alami penyusutan dari 91,4 juta pada Mei 2020 menjadi 89,7 juta per Juni 2020. Ketiga Bukalapak, pengunjung ke situs ini sebanyak 34,4 juta pada juni 2020, ini sangat berbeda jauh dari kompetitornya semacam Tokopedia dan Shopee. Keempat Lazada, merupakan satu dari sekian *E-Commerce* yang berasal dari Singapura, selain Shopback. Jaringan *E-Commerce* Lazada terdapat di beberapa negara Asia Tenggara termasuk Indonesia. Total pengunjung ke *website* Lazada mencapai 21,4 juta pada 2020. Kelima blibli, merupakan *E-Commerce* yang dipunyai salah satu perusahaan rokok di Indonesia, yaitu Djarum. Produk yang sering dibeli di *Marketplace* Indonesia satu ini adalah perlengkapan berolahraga. Pada Juni 2020, pengunjung ke situs ini menggapai 16,6 juta dan alami penyusutan dibanding bulan Mei 2020 sebanyak 21,1 juta pengunjung. Niken ,Gisela. (2020, August 29) Daftar Marketplace Indonesia 2020 dengan Kunjungan Terbanyak. [Halaman Web]. Diakses dari https://ajaib.co.id/daftar-marketplace-indonesia-2020-dengan-kunjungan-terbanyak/.

Di Indonesia pengguna *Facebook* sudah menggapai 140 juta ditahun 2020. Ada pula di dunia pengguna *Facebook* telah menggapai 3,3 milyar. Direktur *Facebook* untuk Indonesia menuturkan, meningkatnya pengguna *Facebook* disebabkan pademi Covid-19. Peningkatan pengguna *Facebook* tidak hanya terjadi diluar negeri, di Indonesia juga mengalami hal yang sama. Dalam sebuah laporan hasil kerja sama dari tren digital dan YouGov, pengguna *Facebook* di Indonesia saat ini sudah melebihi 140 juta orang. Dalam sebulan terakhir, mereka jua ikut bergabung kedalam grup *Facebook* dengan jumlah 9,5 juta grup. 15.000 orang terlibat dalam survei ini yang tersebar di 15 negara. Di Indonesia, 95% responden

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

mengaku sudah memberikan wujud sokongan kepada para komunitas lewat grup *Facebook*. Melalui grup, para anggota memberikan bantuan kepada warga yang memerlukan bermacam kebutuhan pokok akibat pembatasan sosial, membagikan informasi bermanfaat dari pemerintah, serta menyediakan sokongan modal untuk pebisnis lokal. Total 54% responden mengaku mendapatkan sokongan moril dari grup sepanjang pandemi Covid-19. Berikutnya ada 55% responden mengaku membantu memberikan sokongan moril kepada anggota komunitas lainnya. Anggota Komunitas pengguna *Facebook* diperkirakan bakal terus bertambah sepanjang pandemi Covid-19. 82% responden memberikan penuturan bahwa teknologi digital sangat dibutuhkan untuk membantu komunitas dalam menghadapi pandemi Covid-19. Setahun kedepan,diprediksi sekitar 88 anggota digrup akan menunjukkan bahwa mereka bakal berpartisifasi dalam komunitas itu, ataupun terlebih lagi lebih sering. (Sumber: Suara.com). DiKabupaten Kampar peneliti juga melakukan prasurvey sebelum melakukan penelitian ini terhadap 30 orang masyarakat melalui *Google-form*. Dari prasurvey tersebut didapatlah data pengguna *Facebook* sebesar 96,70% dan 3,30% yang tidak memiliki *Facebook*.

Kabupaten Kampar adalah sebuah Kabupaten besar di provinsi Riau yang beribukota Bangkinang. Kampar memiliki populasi penduduk berjumlah 851.837 jiwa pada tahun 2018. Hal ini menjadikan Kampar memiliki potensi dalam mengembangkan dunia usaha maupun industri. Akan tetapi dari banyaknya populasi masyarakat diKabupaten Kampar rata-rata dari penduduk Kabupaten Kampar belum memiliki kepedulian pada era perubahan yang banyak menggunakan teknologi khususnya dibidang pemasaran digital. Ketinggalan terhadap kesempatan dalam pemanfaatan teknologi tentu saja menghambat kesempatan dalam melihat peluang-peluang bisnis. Pengguna *Marketplace* di Kampar masih kurang dalam pemanfaatan *Marketplace*, berdasarkan pengetahuan dalam menggunakan *Marketplace*. UMKM di Kabupaten Kampar termasuk minim dalam memanfaatkan fitur *Marketplace Facebook* untuk mempromosikan barang dagangannya. Hal ini menyebabkan UMKM kurang berkembang dalam menunjang produksi, promosi, serta proses jual beli. Hal yang belum dimanfaatkan dengan maksimal adalah promosi *online* dengan menggunakan internet. Kondisi ditengah pandemi sekarang ini akan sangat membantu meningkatkan promosi dan penjualan.

Berikut ini adalah perilaku-perilaku pengguna *Marketplace* di Kabupaten Kampar yang bisa dilihat pada tabel Tabel 1.1

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Tabel 1.1. Perilaku-perilaku pengguna *Marketplace*

No	Perilaku-perilaku pengguna *Marketplace*
1	Konsumen mencari tahu barang/jasa sesuai budget yang mereka punya tetapi kualitas tidak murahan.
2	Konsumen lebih tertarik untuk membeli sebuah barang yang meiliki review-review/komentar tentang produk yang dijual.
3	Pengguna *marketplace* lebih berminat membeli handphone dan assesorisnya. Hal itu ditandai dengan 32% masyarakat di Kabupaten Kampar mengaku telah menggunakan *marketplace* untuk transaksi jual beli *handphone* dan assesorisnya.
4	Calon pembeli membatalkan kesepakatan jual beli karna alasan dengan berbagai hal.
5	Pembeli melakukan tawar-menawar untuk mendapatkan harga yang sesuai dengan barang yang mereka sukai.
6	Konsumen sangat senang berkomentar terhadap barang-barang yang mereka sukai.
7	Calon pembeli memastikan kondisi barang sesuai dengan gambar dengan cara menghubungi penjual secara langsung.
8	Pembeli yang ragu-ragu mereka lebih memilih melakukan transaksi dengan cara COD (*Cash On Delivery*).

Kemudian pemahaman masyarakat yang buruk tentang *Marketplace*, berdampak kepada masyarakat cenderung tidak yakin dalam melakukan transaksi belanja *online*. Banyak dari konsumen lain yang memberikan stigma negatif ini membuat masyarakat enggan untuk mencari tahu kegunaan apa saja yg diperoleh dari menggunakan fitur *Marketplace* pada *Facebook* untuk membantu usaha mereka atau mencari barang yang dibutuhkan. Hal tersebut berdampak kepada motivasi konsumen untuk berbelanja *online* sangat minim. Banyaknya informasi negatif yang didapat diterima dengan mudahnya oleh konsumen melalui *review-review* di internet ataupun dari mulut-kemulut konsumen atau pengguna lain yang sudah menggunakan *Marketplace Facebook*. Keputusan konsumen lain sangat dipengaruhi oleh adanya rekomendasi yang diberikan sehingga mampu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Kurangnya kreatifitas dalam memilah-milah informasi membuat masyarakat mudah percaya dan terhadap isu-isu tanpa adanya pembenaran terlebih dahulu.

Belum adanya minat masyarakat untuk menggunakan *Marketplace*. Banyak faktor yang mempengaruhinya salah satunya penilaian dari pengguna atu konsumen lainnya yang membagikan opini mereka terhadap sebuah barang yang sudah dibelinya, apabila konsumen merasa senang atau tidak senang terhadap produk tersebut maka mereka akan membagikan pengalaman mereka terhadap produk tersebut

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

kepada pengguna lain. Pelanggan memakai media internet dengan maksud menceritakan suka duka mereka terhadap suatu merek, barang, maupun pelayanan yang mereka dapatkan. Daripada itu, konsumen juga bisa belajar dari pengalaman pengguna lain sebelum mengambil keputusan untuk membeli barang atau jasa.

Kurang diadakannya training atau seminar kepada para pengguna *Marketplace Facebook* baru maupun lama, hal ini dikarenakan banyak anggapan *Marketplace Facebook* bisa dilakukan oleh siapa saja meskipun tamatan SMP sederajat dan SMA sederajat.Hal ini dibuktikan dengan dominannya pengguna tamatan SMP dan SMA sederajat yang mendominasi pengguna *Marketplace Facebook*. Selain itu alasan lain adalah terbatasnya waktu dan kurangnya minat untuk menambah pengetahuan. Hal ini berdampak pada kesalahan yang sering terjadi seperti pada beberapa prosedur tentang aturan dan batasan dalam menggunakan *Marketplace* sehingga tidak merugikan orang lain, kurang paham akan langkah-langkah yang benar membuat masyarakat sering bertindak tanpa aturan dan tata kelola yang benar.

Masyarakat enggan menggunakan *Marketplace Facebook* dikarenakan takut menjadi kebiasaan tanpa bisa dikontrol.perilaku seperti ini berpengaruh terhadap perilaku masyarakat dengan agak lebih jarang atau seperlunya saja tergantung keperluannya saja. situasi ini diakibatkan kontrol diri masyarakat tak bisa dikontrol terhadap kesenangan ataupun kerumitan yang dirasakan selama proses pembelian *online*. Masyarakat cenderung membatasi menggunakan *Marketplace* karna ketika sudah melihat-lihat produk yang dijual akan menimbulkan minat dan ketertarikan pada suatu produk dan pada akhirnya menjadi lupa diri.

Menurut Yustiani dan Yunanto (2017) meluasnya internet memberikan manfaat terhadap perkembangan teknologi informasi. Dari kemajuan tersebut timbul sebuah pola baru dalam memenuhi proses bisnis yaitu dengan memanfaatkan media internet dan sarana teknologi informasi. Dalam melakukan sebuah proses bisnis bisa dilaksanakan dengan media teknologi informasi dan internet yang dikenal dengan sebutan *E-Commerce*. *E-Commerce* adalah tempat proses bisnis dengan memakai dunia maya sebagai tempat melaksanakan operasionalnya. Sebagian perusahaan *E-Commerce* ada yang memberikan fasilitas kepada para pelaku usaha supaya bisa menampilkan produknya di *website E-Commerce* tersebut. keadaan ini mengembangkan terbentuknya suatu pasar virtual yang disebut dengan *Marketplace*. *Marketplace* merupakan solusi yang tercipta dari. Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan internet mendobrak industri perdagangan yang menjadikan *Marketplace* sebagai solusi. *Marketplace* memberikan kemudahan kepada setiap pelaku usaha untuk menampilkan produk yang diperjual belikan tanpa harus membuat sebuah sistem.Dengan tersedianya *Marketplace* tersebut sangat mengun-

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

tungkan para pelaku bisnis, terutama (UKM) usaha kecil dan menengah. *Marketplace* mempermudah para pelaku UKM dalam melakukan operasionalnya. Melalui pasar online tersebut pelaku usaha hanya perlu membagikan informasi tentang produk yang mereka jual di Marketplace selengkap-lengkapnya seperti informasi barang, harga, biaya pengiriman dan lainnya.

Facebook pada awalnya adalah sebuah web 2.0 yang merupakan pengembangan dari versi *web* 1.0. Pada masa ini memiliki akun media sosial menjadi sebuah keharusan. Dengan adanya akun media sosial sesorang akan terlihat eksis di dunia nyata maupun di dunia maya. *Facebook* bisa menjalin hubungan dengan beberapa orang yang tidak bisa kita temui di dunia nyata Zubair (2017). Kecenderungan pemanfaatan internet yang tinggi pada warga Indonesia apalagi dunia, membuat aktifitas *online* sangat digandrungi karna memberikan berbagai kemudahan dan manfaat kepada pengguna. Dari berbagai macam media sosial yang ada, *Facebook* selalu menjadi primadona yang sangat banyak disukai. Dengan semakin majunya *Facebook*¸ Mark Zuckerburg, pada 14 Mei 2007 merilis fitur *Marketplace*. Tetapi sepanjang ini masih tidak terlihat seperti apa pengalaman pengguna *Marketplace Facebook*. Maka dari itu sekarang *Facebook* bukan hanya sebagai media sosial pertemanan saja tetapi sudah meluas kepada sistem yang menyediakan lapak untuk transaksi jual beli *online*. Dengan adanya *Marketplace* tersebut penjual dan pembeli bisa bertransaksi dari lokasi yang berbeda, sehingga memudahkan para pelaku usaha tanpa mengeluarkan biaya lebih (D. E. Fitriana dan Yanto, 2020).

Pada riset ini memaparkan kalau perilaku yang ditunjukkan seorang timbul sebab terdapatnya minat buat berperilaku. *Theory of planned Behavior* dikhususkan pada sikap khusus seorang, serta untuk seluruh sikap secara umum dan minat seorang untuk berperilaku bisa diprediksi. Pada metode TPB minat perilaku (*Behavioral Intention*) ditetapkan bersumber pada tiga aspek utama ialah: *Attitude Toward Behavior*, *Subjective Norm* dan (*perceived Behavior control*). *Attitude Toward the Behavior* ialah penilaian seseorang tentang baik atau buruk suatu sikap yang ditunjukan seseorang. *Subjective Norm* ialah keyakinan seseorang tentang sesuatu yang dianggapnya benar atau tidak dari orang lain yang menurutnya bisa menunjukkan suatu sikap tertentu cocok dengan anggapannya. *Perceived Behavioral Control* merupakan anggapan seorang tentang kemampuannya untuk menampilkan suatu perilaku tertentu Ajzen dkk. (1991). Minat perilaku serta perilaku merupakan sesuatu perihal yang berbeda. Minat perilaku bagi (Jogiyanto, 2007) merupakan sesuatu kemauan (minat) seorang buat melaksanakan sesuatu sikap tertentu. Seorang hendak melaksanakan sesuatu sikap bila memiliki kemauan ataupun minat buat melaksanakannya. Sebaliknya perilaku merupakan aksi nyata yang dilakukan

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

seorang.

Teori ini dirancang atas perilaku-perilaku seseorang yang memiliki t-ingkatan yang besar terhadap pada kendali hasrat serta memberikan asumsi bahwa seluruh perilaku merupakan ranah karakter dari psikologi sosial (Jogiyanto, 2007). Secara terperinci teori ini memahami bahwa tidak seluruh sikap yang dilakukan dibawah kontrol penuh pribadi. Bila seorang mempersepsikan hasil dari menunjukkan sesuatu sikap tersebut positif, dia hendak mempunyai perilaku yang baik terhadap sikap tersebut, begitu pula kebalikannya. Dalam teori ini diawali dengan menilai *Behavioral Intention* selaku prediktor *Behavior*. *Behavioral Intention* dipengaruhi oleh tiga variabel penting ialah sikap terhadap perilaku, norma subjektif serta kontrol sikap persepsian. Variabel-variabel dieksplorasikan kedalam 15 pernyataan dengan tiap-tiap variabel berbentuk 3 pernyataan, diukur memakai skala likert serta tata cara analisis informasi SEM (*Structural Equation Model*) dengan variabel bebas perilaku serta minat perilaku dan variable terikat sikap terhadap perilaku, norma subjektif serta kontrol perilaku persepsian. *Tools* untuk menunjang menganalisis data ialah *SmartPLS* tipe 3 (Imam, 2014).

Dari latar belakang diatas, oleh karenanya akan dilaksanakan penelitian Tugas Akhir dengan judul Analisa Perilaku Penggunaan *Marketplace* Pada *Facebook*.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, rumusan masalah penelitian ini adalah Bagaimana Menganalisa Perilaku Pengguna *Marketplace* pada *Facebook* Menggunakan Metode *Theory of Planned Behavior* di Kabupaten Kampar.

1.3 Batasan Masalah

Batasan Masalah Tugas Akhir ini adalah:

1. Objek penelitian ini hanya masyarakat dilingkungan Kabupaten kampar saja.
2. Uji validitas, Reabilitas dan Hipotesis menggunakan metode analisis *Structure Equation Model* (SEM) dengan variabel sebagai berikut. a) Variabel bebas:*(*Attitude Toward Behavior, *Subjective Norm* dan *Perceived Behavioral Control*). b) Variabel terikat:*(Behavioral Intention dan Behavior).*
3. *Tools* yang digunakan dalam membentuk analisis pada penelitian ini adalah aplikasi *SmartPLS* versi 3.

1.4 Tujuan

Tujuan Tugas Akhir ini adalah:

1. Untuk mengukur perilaku pengguna *Marketplace Facebook* di Kabupaten

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Kampar.

2. Untuk menghasilkan rekomendasi bagi masyarakat di Kabupaten Kampar berdasarkan hasil penelitian Tugas Akhir ini.

1.5 Manfaat

Manfaat Tugas Akhir ini adalah:

1. Dapat mengetahui mengetahui berpengaruh signifikan atau tidak 5 hipotesis yang diajukan diantaranya variable *Attitude Toward Behavior* terhadap *Behavioral Intention*,*Subjective Norm* terhadap *Behavioral Intention*, *Perceived Behavioral Control* terhadap *Behavioral Intention*, *Behavioral Intention* terhadap *Behavior* dan *Perceived Behavioral Control* terhadap *Behavior*.
2. Hasil dari penelitian Tugas Akhir ini diharapkan bisa membantu masyarakat dalam pengambilan keputusan guna untuk memanfaatkan *Marketplace* dalam transaksi *online* di Kabupaten Kampar kedepannya.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan adalah sebagai berikut:

BAB 1. PENDAHULUAN

BAB 1 pada Tugas Akhir ini berisi tentang: (1) Latar Belakang Masalah; (2) Rumusan Masalah; (3) Batasan Masalah; (4) Tujuan; (5) Manfaat; (6) Sistematika Penulisan.

BAB 2. LANDASAN TEORI

BAB 2 pada Tugas Akhir ini memuat tentang (1) *Facebook*; (2) Sistem Informasi Keperilakuan; (3) Structural Equation Model (SEM); (4) Uji Hipotesis; (5) Profil dan Sejarah Singkat Kabupaten Kampar; (6) Populasi dan Sampel; (7) Penelitian Terdahulu.

BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN

BAB 3 pada Tugas Akhir ini memuat tentang: (1) Tahap Pendahuluan; (2) Tahap Pengumpulan Data; (3) Tahap Pengolahan Data; dan (4) Tahap Analisis dan Pembahasan.

BAB 4. ANALISA DAN HASIL

BAB 4 pada Tugas Akhir ini memuat tentang: (1) Sistem yang Sedang Berjalan; (2) Identifikasi Masalah; (3) Deskripsi Responden; (4) Konseptual Model Thery of Planned Behavior; (5) Analisis Data; (6) Hasil Akhir Analisis Data Berdasarkan Pengujian Hipotesis; (7) Pembahasan; (8) Rekomendasi.

BAB 5. PENUTUP

BAB 5 pada Tugas Akhir ini memuat tentang: (1) Kesimpulan; (2) Saran.

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

BAB 2
LANDASAN TEORI

2.1 *Facebook*

Facebook merupakan sebuah jaringan sosial *web* tempat para penggunanya bisa terhubung kedalam komunitas semacam jaringan kota, kerja, sekolah, serta wilayah buat melaksanakan ikatan serta berhubungan dengan orang lain. Orang juga bisa memperbanyak sahabat mereka, mengirim pesan, serta memperbarui profil individu supaya orang lain bisa memandang tentang dirinya (Hanafi dan Yasir, 2016).

Menurut Prasetiawan (2016) *Facebook* dibentuk sebagai pengantar tempat berbagi data individu untuk mendirikan sebuah komunitas. *Facebook* resminya ialah bagian dari budaya. Pada kesimpulannya, pemakaian *social network service* sudah menjadi budaya masyarakat milenial. Situs jejaring sosial semacam *Facebook* sudah menjadi sangat populer sebagai media menjalin komunikasi, seperti menjalin sebuah pertemanan virtual.

Menurut Ziveria (2017) *Facebook* merupakan suatu jasa pertemanan sosial dengan situs *website* yang dirilis pada Februari 2004 yang dipunyai oleh *Facebook*,Inc. Mark Zuckerberg bersama sahabatnya sesama mahasiswa ilmu komputer Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz serta Chris Hughes mendirikan *Facebook*. Pada mulanya *website* ini hanya untuk mahasiswa Harvard saja, setelah itu makin berkembang sampai ke akademi lain di Boston, Ivy League, serta Universitas Stanford. Di bulan Januari 2011, pengguna *Facebook* sudah mencapai lebih dari 600 juta pengguna aktif. Dari informasi statistik pengguna menampilkan kalau AS berada diposisi urutan paling atas terdapat sebanyak 146 juta pengguna serta tingkatan penetrasinya 47.25 persen.

Menurut Salman dan Pulungan (2017) *Facebook* memberikan keterampilan yang lebih lengkap serta menjajaki kemauan warga, spesialnya kalangan belia. *Facebook* mempunyai peranan yang membolehkan penggunanya berhubungan dengan pelbagai metode semacam, chat, tag gambar, *web*, permainan, serta pembaharuan status. Dengan menggunakan metode ini pengguna bisa mengekspresikan serta meluahkan kondisi yang lagi terjalin pada dirinya dan ini menggambarkan cara pengguna menyalurkan seluruh emosi, perasaan serta kesenangan yang dialami.

Facebook merupakan fenomena baru internet. *Web* ini ialah sebuah situs jaringan sosial tempat dimana pengguna bisa melakukan koneksi agar terhubung kedalam jaringan komunikasi semacam kota, kerja, sekolah, dan wilayah yang menjadi ruang lingkup (Sarifudin dan Halimah, 2018).

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

2.1.1 *Marketplace*

Marketplace ialah bentuk bisnis dimana sebuah *web* tidak hanya membantu dalam mempromosikan benda jualan saja, tetapi juga memberi fasilitas transaksi uang melalui daring. Dengan proses belanja *Online* ini, *web* memfasilitasi para pelaku usaha dalam menyediakan tempat untuk menjual produk-produknya (Sutejo, 2018).

e-Marketplace adalah semua upaya yang dilaksanakan dalam rangka memasarkan barang dan jasa melalui internet atau rangkaian web seluruh dunia. Sementara *place* dalam bahasa Inggris berarti tempat. Jadi, pengertian *e-Marketplace* ialah suatu wadah yang disediakan internet untuk memasarkan barang atau jasa (Ahsyar, Syaifullah, dan Ardiansyah, 2020)

Pada mulanya *Marketplace Facebook* dirilis pada tahun 2007 dan makin berkembang lebih sempurna pada tahun 2016 serta pada tahun 2018 penggunanya terus meningkat dan menjadi ramai pada tahun 2019, dalam menggunakan *Marketplace* yang tersemat pada fitur *Facebook* terdapat menu pengaturan *account* penjual, *button* opsi untuk mempromosikan barang serta tipe benda yang akan dibeli dalam layanan *Marketplace* (Riyanto dan Supriyanto, 2020).

Menurut Pambudi (2021) Keunggulan media sosial *Facebook* sebagai *platform Marketplace* adalah

1. Akses internet yang mudah dimanapun dan kapanpun membuat persentase pengguna internet setiap tahun semakin meningkat.
2. *Facebook* merupakan media sosial yang populer dikunjungi penggunanya.
3. *Facebook* memberikan informasi seperti umur, lokasi pemakai dan hobi pengguna yang bisa dijadikan acuan sebagai segmentasi pasar.
4. *Facebook* memberikan kemudahan akses dimanapun dan kapanpun selagi adanya jaringan internet.
5. Memudahkan komunikasi diantara sesama pengguna *Facebook* sehingga tidak ada keterbatasan dalam bersosialisasi.
6. Memberikan keuntungan timbal balik atas produk yang dijual kepada pembeli virtual dan para pembeli juga bisa memberikan saran dan kritikan terhadap penjual agar terus meperbaiki kondisi barang.
7. Komunikasi antara penjual dan pembeli akan selalu terhubung dengan fitur yang disediakan oleh *Facebook* kepada pengguna, ketika ada barang baru bisa langsung tersampaikan pada konsumen.
8. Penerapan *Facebook* gratis akan menghemat biaya yang dikeluarkan sebelum adanya internet untuk tempat promosi.

Kelebihan *Facebook* lainnya yaitu dalam mempromosikan barang dengan

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Online sehingga cepat bisa diiklankan dan tercapai kepada para pengguna yang menjalin hubungan pertemanan, cara lain bisa juga dengan konsumen sendiri bila sedang menginginkan sebuah barang barang dengan cara mencari nama *Onlineshop* tersebut atau bisa juga dari teman dan oleh teman.

2.1.1.1 Model Bisnis *Marketplace Facebook*

Menurut Riyanto dan Supriyanto (2020) para pengguna *Facebook* di Indonesia telah menggapai 120 juta, serta *Facebook* bukanlah aplikasi yang tertutup untuk masyarakat banyak, apalagi saat ini tercatat banyak anak bangsa yang telah mempunyai *handphone* dan telah memakai layanan *Facebook* sebagai media bersosialisasi. Namun warga indonesia masih sangat banyak yang belum memahami fitur-fitur yang ada di*Facebook* seperti *Marketplace*, lewat fitur ini seseorang bisa menghasilkan pendapatan dengan metode berjualan tanpa harus mengeluarkan biaya sewa yang tinggi serta masyarakat bisa dengan mudah pula mencari benda ataupun jasa yang mereka butuhkan tanpa memerlukan aplikasi lain yang mengakibatkan penyimpanan ponsel menjadi penuh.Didalam sebuah aplikasi yang memberikan layanan gratis tentunya memiliki keuntungan timbal balik bagi para pengguna aplikasi dilihat dari segi bisnisnya.

Pada acuan ini periset memiliki pandangan sistem *Marketplace Facebook* pada dasarnya meimiliki kesamaan dengan *Marketplace* lain yang bersumber pada sistem operasional pasar tradisional, cuma yang membedakannya pembeli dapat cuma lewat *handphone* ataupun aplikasi saja serta senantiasa berada dirumah ataupun lewat aplikasi serta supaya lebih meyakinkan lagi buat memandang produk, dapat datang menemui penjual (Riyanto dan Supriyanto, 2020). Pola akar bentuk pemikiran bisnis tersebut bisa dilihat dibawah ini.

1. Tradisional Model

   Pada bentuk tersebut bisa diamati dari tahapan penyuplai menjual memanfaatkan internet namun lebih kearah distribusi dan berpeluang harga dinaikkan sedikit dari semula penyuplai berikan, proses selanjutnya ke agen atau orang yang membantu penjualan barang dan memungut biaya dari harga distribusi lalu ke pelanggan, karna dari itu mengakibatkan beberapa konsumen enggan dalam membayar biaya tambahan, alhasil tentu akan mendapatkan biaya yang lebih mahal ditambah biaya pengiriman. Bisa diperhatikan pada Gambar 2.1

Gambar 2.1. Model Tradisional Bisnis *Online*

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

2. Dengan model bisnis *Marketplace Facebook*

Pada bentuk ini pemilik dan penjual langsung menerapkan registrasi terhadap *Marketplace Facebook* dan selanjutnya pelanggan bisa langsung berkomunikasi dengan penjual, untuk proses transaksi tergantung kesepakatan kedua belah pihak, teknik ini dianggap lebih mudah digunakan untuk terhindar dari rentannya aksi penipuan, ada juga cara lain yaitu dengan mengamati profil penjual dari akun *Facebook*nya karna dalam melakukan penjualan ataupun membeli suatu barang dari *Marketplace* harus memiliki akun *Facebook* terlebih dahulu. Bisa diperhatikan pada Gambar 2.2

Gambar 2.2. Model Bisnis *Marketplace Facebook*

Menurut Muningsih (2011) pemasaran di *Facebook* terdiri dari beberapa bentuk pemasaran antara lain:

1. *Facebook Webstore* adalah suatu opsi bisnis pada *E-Commerce*, namun masih membolehkan pembelanjaan di *Facebook*. Hanya dengan mengunggah sebuah produk pada beranda *Facebook*, konsumen bisa memilih barang-barang yang mereka butuhkan dan membagikan keteman mereka dan terhubung dengan web perusahaan *E-Commerce*.
2. *Facebook Marketplace* Adalah sebuah bagian dari promosi barang, kendaraan, pekerjaan, dll. serta juga bisa memberi, meminta layanan, membeli dan menjual barang kepada teman pengguna lainnya.
3. *Facebook Deals* adalah fitur yang meneruskan opsi pada toko dan memberikan peluang untuk melakukan penawaran kepada pengguna *Facebook*.
4. *Facebook Mall World* Adalah suatu wadah yang memberikan tempat untuk menjual barang secara virtual. beragam pelaku usaha yang memanfaatkan keunggulan fitur ini untuk memasarkan produk-produk mereka.

2.1.1.2 Perbedaan *E-Commerce* dan *Marketplace*

Semenjak kemunculannya penggunaan internet di Indonesia terus mengalami peningkatan, penggunanya sudah menyentuh angka 132,7 juta jiwa pada 2016. Sebab itu, memberikan kesempatan kepada para inovator untuk melakukan transformasi dalam kehidupan manusia. Salah satu bidang yang terseret kedalam perkembangan teknologi informasi dan internet adalah bidang ekonomi. Pada saat ini pengelolaan sektor perekonomian sudah dapat dikontrol melalui sarana teknologi informasi. Kemajuan infrastruktur telah membuat perekonomian menjadi lebih maju

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

yang sering disebut dengan istilah *E-Commerce*. *E-Commerce* adalah sebuah tempat virtual yang menggunakan media internet dalam melakukan kegiatan jual beli. (Yustiani dan Yunanto, 2017).

E-Commerce cuma memiliki satu penjual dengan satu brand saja. Berbeda dengan *Marketplace*, *Marketplace* mempunyai banyak penjual yang terlibat didalam pasar virtual. Keunggulan yang ada pada *Marketplace* adalah konsumen bisa berkomunikasi dan tawar-menawar dengan penjual sama seperti pasar tradisional.

Perbedaan dari *Marketplace* dan *E-Commerce*, pada skema belanja *E-Commerce* hampir sama dengan *Marketplace* yaitu konsumen hanya perlu memilih benda apa yang dibutuhkan pada sebuah website, selanjutnya menekan tombol "beli" dan melakukan pembayaran sesuai jumlah harga yang tertera. Perbedaannya adalah pada *E-Commerce*, benda yang dijual hanya dari website itu sendiri. Mereka tidak memberikan tempat bagi para pelaku usaha lain untuk memasarkan produk mereka (Sutejo, 2018).

2.2 Sistem Informasi Keperilakuan

2.2.1 Konsep Dasar Sistem Informasi Keperilakuan

Konsep keperilakuan termasuk bagian dari ilmu Psikologi, untuk me- nunjukkan posisi teori-teori keperilakuan didalam ilmu ini. Psikologi berasal dari bahasa Yunani kuno dari kata *pshyhe* (jiwa dan pikiran) dan ology (ilmu). Secara umum Psikologi dapat diartikan kedalam ilmu dari perilaku dan langkah-langkah mental yang berusaha menggambarkan, menerangkan, memperkirakan, dan mengontrol dimensi dari emosi, pikiran, persepsi dan kegiatan (Jogiyanto, 2007).

2.2.2 Perilaku

Perilaku (*Behavior*) adalah suatu aksi atau reaksi dari suatu objek atau organsasi. Perilaku bisa bersifat sadar atau tidak sadar, langsung atau sembunyi-sembunyi, bebas atau tidak bebas (Jogiyanto, 2007).

Dalam penelitian lain, aktivitas individu pada sikap tertentu ditentukan oleh hasrat orang tersebut untuk melaksanakan sikap. Hasrat bisa dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subyektif yang memengaruhi perilaku, dan kontrol perilaku. Sikap terhadap perilaku yang ditunjukkan seseorang memiliki tingkatan serta mempunyai penilaian yang positif atau negatif tentang perilaku (Hidayati, 2013).

Pada penelitian Mahyarni (2013) Ajzen, mengemukakan kalau sikap terhadap perilaku bisa ditunjukkan oleh kepercayaan yang didapat dari pengaruh suatu perilaku atau Behavioral beliefs. Kepercayaan sangat erat kaitannya dengan evaluasi-evaluasi subjektif seseorang terhadap lingkungan, penjelasan mengenai pribadi dan sekitarnya. Cara metode mengindentifikasi kepercayaan, dalam teori

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perilaku terencana ini, Ajzen mengemukakan jika kepercayaan bisa diungkapkan dengan metode mengaitkan suatu perilaku yang akan di estimasi dengan bermacam faedah ataupun kemaslahatan yang bisa jadi didapatkan bila kita melaksanakan ataupun tidak melaksanakan perilaku itu. Kepercayaan ini bisa menguatkan sikap terhadap perilaku bersumber pada penilaian dari informasi yang diperoleh kalau sikap itu bisa memberikan keuntungan untuk pelakunya.

2.2.3 Teori-teori dan Model-Model Sistem Informasi Keperilakuan

Sistem informasi keperilakuan mengulas berbagai dimensi perilaku (Behavior) dari individu-individu yang berkaitan dengan sistem informasi. Sistem informasi keperilakuan merangkan aktivitas-aktivitas pengguna sistem informasi dari segi ilmu psikologi. Perilaku (*Behavior*) merupakan elemen dari psikologi yang bisa diamati dan dinilai. Sistem informasi juga tidak bisa terhindar dari perilaku organisasi.

Sistem informasi keperilakuan mangulas dimensi perilaku dari pribadi-pribadi yang berkaitan dengan sistem informasi. Sistem informasi keperilakuan mendalami tentang cara sebuah organisasi memajukan suatu sistem teknologi informasi dalam membantu mencapai sasaran organisasi (Saputra, 2014).

Dimensi perilaku pengguna teknologi informasi menjadi perhatian penting untuk periset dikarnakan menjadi penunjang kesuksesan pelaksanaan teknologi informasi. Beberapa penelitian banyak menghubungkan sikap komputer dengan keperilakuan pengguna teknologi informasi. dilihat dari sisi keperilakuan, sikap pribadi seseorang terhadap objek bisa menunjukkan perilaku seseorang. Secara spekulatif damapak penggunaan teknologi informasi dapat dilihat sebagai dimensi keperilakuan yang berhubungan dengan kemajuan teknologi informasi. Keadaan ini menunjukkan jika perilaku pengguna bila dilihat dari 3 elemen dalam pengembangan teknologi informasi yaitu perangkat keras, perangkat lunak dan pengguna tentulah sangat berarti. Apabila dilihat dari dimensi perilaku, penerapan memajukan teknologi informasi akan dipengaruhi oleh perilaku yang menempel pada diri pengguna. Kemudahan serta manfaat yang didapatkan dari penerapan teknologi informasi dipengaruhi oleh perilaku pengguna dalam mengintegrasikan kemampuan terhadap pemanfatan teknologi informasi. Beberapa riset memastikan jika suatu sikap dipengaruhi oleh penerapan teknologi informasi. Hal ini bisa dilihat pada" *Theory of Reasoned Action*" (TRA) dan *Theory of Planed Behavior* (TPB) yang diutarakan Fishbein dan Ajzen (1975). Konsep tersebut menjelaskan jika individu akan menggunakan komputer apabila dia sanggup memandang manfaat yang baik dari penggunaannya (Lamidi dan Rahadhini, 2020)

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

Sistem informasi keperilakuan menganalisis cara organisasi dalam memajukan sebuah sistem teknologi informasi dengan memfokuskan perilaku-perilaku individu dalam berhubungan dengan teknologi informasi guna menggapai sasaran yang ingin dicapai. Sistem informasi ada karna memahami perlunya individu-individu dalam organisasi menjadi elemen yang tidak bisa dipisahkan karna keduanya menjadi bagian yang saling melengkapi. Sistem informasi keperilakuan menjelaskan hubungan antara individu dengan sistem informasi pada organisasi untuk menghasilkan kemampuan individu yang berkinerja baik (Jogiyanto, 2007).

Berikut ini adalah teori dan bentuk sistem informasi keperilakuan beserta faktor-faktor pelakunya yang mana bisa diperhatikan pada Tabel 2.1.

Tabel 2.1. Teori-Teori Perilaku Jogiyanto (2007)

No	Teori	Variabel-Variabel Penentu Perilaku
1	konsep aksi beralasan pada (*Theory of reasoned action atau TRA*) yang ditarakan oleh Fishbein dan Ajzen (1975) adalah konsep awal sikap manusia yang sangat fundamental dan bermakna, konsep tersebut sudah banyak yang menggunakan disebagian bidang salah satunya pemasaran, sistem informasi dan sebagainya	*Attitude Toward Behavior* dan *Subjective Norm*.
2	Konsep sikap terencana pada *Theory Of Planned Behavior* atau TPB yang dikemukakan oleh Ajzen dkk. (1991). Sebelum TPB ada, TRA meningkatkan terlebih dahulu dengan menambahkan sebuah struktur yaitu kontrol perilaku persepsian yang dipersepsikan bakal dipengaruhi oleh minat dan perilaku.	*Attitude Toward Behavior Subjective Norm* dan *Perceived Behavioral Control*.

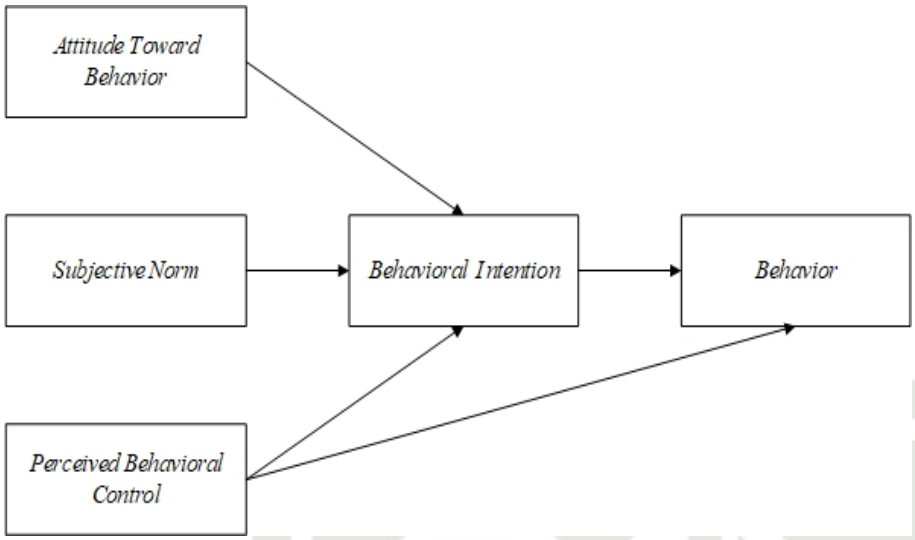
2.2.4 Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior*)

Konsep ini pada awalnya disebut *Theory of Reasoned Action*(TRA), dikembangkan pada tahun 1967, berikutnya teori dilakukan perbaikan serta pengembangan oleh Icek Ajzen dan Martin Fishbein. Pada tahun 1980 konsep ini dipakai dalam mempelajari sikap manusia serta menambahkan inovasi-inovasi yang lebih efektif. Pada Tahun 1988, konsep *reasoned action* disempurnakan dari konsep yang telah ada sebelumnya dan dinamakan dengan *Theory of Planned Behavior*, guna untuk menutupi kelemahan yang ada pada konsep Ajzen serta Fishbein lewat riset-riset mereka dengan memakai TRA (Mahyarni, 2013)

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

2.2.5 Model *Theory of Planned Behavior*

Konsep *Theory of Planned Behavior* dapat dilihat pada Gambar 2.3.



Gambar 2.3. Model *Theory of Planned Behavior*
(Sumber: Jogiyanto, 2007)

Pada Gambar 2.3 bisa dilihat *Theory of Planned Behavior* memiliki 2 Karakteristik sebagai berikut:

1. Konsep ini memperkirakan bahwa *Perceived Behavior Control* memiliki dampak dorongan terhadap minat-minat. Maka akan terjadi jalinan antara *Perceived Behavior Control* dengan minat yang tidak dipengaruhi oleh *Attitude Toward Behavior* dan *Subjective Norm*. Konsep ini ditandai dengan panah yang mempertemukan *Perceived Behavior Control* keminat.
2. *Perceived Behavior Control* dihubungkan langsung dengan *Behavior*. Pada kasus lain, kemampuan suatu perilaku tidak hanya dipengaruhi tekad tetapi juga kendali yang sesuai terhadap *Perceived Behavior Control* yang bisa mempengaruhi perilaku melalui minat, serta bisa menganalisis perilaku secara spontan. Dalam konsep, jalinan ini disimbolkan dengan arah panah yang menghubungkan *Perceived Behavior Control* ke*Behavior* (Jogiyanto, 2007).

Tindakan TPB dirancang untuk menjalin hubungan dengan perilaku-perilaku diaman seseorang mempunyai pengendalian nyang tinggi terhadap kontrol keinginannya dan memprediksi seluruh perilaku merupakan ranah dari kepribadian dan jiwa sosial. Theory of Planned Behavior secara spesifik sudah mengetahui kemungkinan bahwa semua perilaku tidak seluruhnya terjadi dibawah kendali penuh, maka bentuk *Perceived Behavior Control*

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

ditambahkan guna membenahi perilaku-perilaku seperti ini. Apabila suatu perilaku bisa dkendalikan sepenuhnya oleh individu yaitu *Behavior control* menuju sempurna, dan TPB akan balik lagi menjadi TRA (Jogiyanto, 2007).

2.2.5.1 Sikap Terhadap Perilaku

Sikap atau attitude merupakan penilaian seseorang tentang keyakinan emosi positif atau negatif dari kepribadan seseorang untuk melaksanakan suatu perilaku tertentu. Fishbein, Ajzen, dkk. (1975) menjelaskan jika sikap merupakan bagian dari perasaan yang dialami seseorang untuk menuruti atau tidak.Suatu perilaku dapat diukur melalui suatu cara dengan memposisikan diri pada rasio evaluasi dua antitesis, contohnya baik atau buruk (Jogiyanto, 2007). Sikap terhadap suatu perilaku merujuk pada cara seseorang menilai suatu perilaku dengan baik atau tidak dan bisa juga dilakukan melalui sebuah riset tentang suatu perilaku. Sikap terhadap perilaku dipengaruhi oleh kepercayaan seseorang pada perilaku dan manfaat dari perilaku tersebut (Nuary, 2010).

2.2.5.2 Norma Subjektif

Norma subjektif adalah prasangka seseorang pada anggapan-anggapan dari individu lain di dalam lingkungannya mengenai perlu atau tidaknya melakukan suatu perilaku tertentu, oleh sebab itu sentimen ini disebut norma subjektif. Sikap terhadap perilaku memiliki sebuah Hubungan, keyakinan juga bisa memepengaruhi norma subjektif, perbedaannya adalah hubungan sikap terhadap perilaku adalah refleksi dari keyakinan terhadap perilaku. Norma subjektif berfungsi atas keyakinan individu yang didapatkan dari masukan-masukan orang lain yang menjalin relasi dengannya (Mahyarni, 2013).

Namun menurut Agustiantono (2012) norma subjektif merupakan anggapan yang dipunyai oleh pribadi mengenai pengaruh sosial dalam membentuk sesuatu sikap tertentu.Jogiyanto (2007) memandang norma subjektif bagaikan 2 wujud pengaruh, ialah pengaruh interpersonal serta pengaruh *eksternal*. Pengaruh antar pribadi seperti dari sahabat, keluarga, rekan kerja dan lainnya memberikan potensi-potensi pemahaman baru. Sebaliknya pengaruh *eksternal* adalah pengaruh dari luar organisasi seperti dari media masa, laporan, pendapat-pendapat para ahli yang sudah berpengalaman.Samudra, Maslichah, dan Sudaryanti (2020) menerangkan kalau norma subjektif adalah efek sosial yang dterima individu dalam melakukan sebuah tindakan dan perilaku.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

2.2.5.3 Kontrol Perilaku Persepsian

Kontrol perilaku persepsian dikemukakan oleh Ajzen dikutip Jogiyanto (2007) adalah sebuah solusi atas kemudahan atau kesulitan yang dialami dalam berperilaku, "*The Perceived Ease or Difficulty of Performing the Behavior*". Dalam teknologi informasi, Taylor dan Todd dikutip (Jogiyanto, 2007) menjelaskan kontrol perilaku persepsian merupakan anggapan dan elemen-elemen *internal* dan *eksternal* dari perilaku.

kontrol perilaku persepsian adalah emosi dari dalam pribadi individu tentang mudah atau sulitnya melakukan suatu perilaku tertentu, (Ajzen, 2005). Ajzen mengungkapkan bahwa emosi yang berhubungan dengan pengendalian perilaku dengan cara membedakannya ada pada pusat kendali yang dikemukakan oleh Rotter's. Situasi yang stabil disebabkan kendali seseorang atas keyakinannya. kontrol perilaku persepsian bisa berubah karna kondisi dan perilaku yang diperbuat. Pusat kendali sanagt berhubungan denngan anggapan seseorang bahwa suatu kesuksesan tergantung pada seberapa besar usaha yang dilakukan (Mahyarni, 2013).

Menurut B.S. Dharmmesta dikutip Samudra dkk. (2020) kontrol keperilakuan yang dipersepsikan adalah sebuah keadaan dimana seseorang meyakini bahwa sesuatu itu bisa atau tidak untuk dilakukan, termasuk pengalaman terdahulu yang dialami seseorang yang menjadi pertimbangan sebelum melakukan sesuatu. Namun menurut Saifuddin Azwar dikutip Samudra dkk. (2020) kontrol perilaku bisa ditentukan berdasarkan suka duka masa lalu tentang sulit atau mudah dalam melakukan sesuatu. Kontrol perilaku sangat perlu saat kepercayaan diri seseorang berada pada titik lemah.

2.2.5.4 Minat Perilaku

Minat dan perilaku merupakan dua kata yang berbeda. Minat atau *intention* adalah sebuah hasrat untuk melaksanakan suatu perilaku. Minat tidak termasuk perilakunya. Perilaku dilaksanakan karena seseorang memiliki hasrat untuk melakukannya. Minat perilaku akan berpengaruh dalam menentukan sikapnya (Jogiyanto, 2007).

Intention menggambarkan 3 peranan dari determinan dasar, yaitu sikap seseorang terhadap perilaku, persepsi seseorang terhadap gesekan sosial perlu atau tidaknya melakukan hal tersebut, dan segi pengendalian sikap yang dirasakan (Azwar dikutip Nuary,2013). *Intention* dikategorikan kedalam faktor pendorong yang memengaruhi perilaku. Minat menjadi sebab seseorang berjuang melakukan sesuatu dalam membawakan perilaku. Selaku ketentuan universal, semakin kuat keinginan seseornag untuk melakukan perilaku, maka semakin condong orang

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

tersebut serius dalam melakukan perilaku tersebut. Minat dalam berperilaku akan menjadi perilaku sesungguhnya jika perilaku dilakukan dibawah kendali pribadi yang melakukannya. Pribadi seseorang mempunyai opsi dalam mengambil keputusan tertentu atau tidak sama sekali (Nuary, 2010).

2.2.5.5 Perilaku

Perilaku Suatu aksi atau rutinitas nyata yang dilaksanakan. TPB menjelaskan jika perilaku adalah bagian dari fungsi informasi atas kepercayaan yang dominan tentang perilaku. Individu bisa mempunyai beragam kepercayaan perilaku, tetapi apabila menemui suatu kejadian, tidak banyak dari kepercayaan yang muncul dalam mempengaruhi perilaku. Segelintir kepercayaan inilah yang timbul untuk mempengaruhi perilaku seseorang (Ajzen, 1991) dikutip (Ramahdaniati dan Hatta, 2017).

2.3 *Structural Equation Model* (SEM)

2.3.1 SEM berbasis *Component atau Variance*-PLS

Selaku alternatif*convariance based* SEM, pendekatan *convariance based* maupun *component based* dengan PLS sudah beralih dari mengevaluasi bentuk sebab akibat ke bentuk*convariance based predictive*. CBSEM berorientasi pada bentuk bangunan yang dijelaskan buat memaparkan *convariance* pada semua *observed indikators*, fungsi dari PLS yaitu memprediksi. Variabel laten dideskripsikan selaku nilai parameternya. Algoritma PLS ingin memperoleh perkiraan nilai terbaik buat tiap blok parameter pada tiap variabel laten. Hasil akhir dari komponen nilai buat tiap variabel laten berdasarkan dengan perkiraan nilai indikator yang memaksimal varian yang dijelaskan buat variabel terikat, mengamati dan lainnya (Imam, 2014).

Serupa dinyatakan Imam (2014) (PLS) ialah tata cara penjabaran yang *powerfull* oleh sebab tidak berdasarkan semua anggapan. informasi tidak mesti tersampaikan harus banyak varian (penanda dengan ukuran jenis, ordinal, interval hingga nalar bisa dipakai dalam bentuk yang sama). Ilustrasi tidak wajib memiliki nilai besar, meski PLS bisa jua digunakan buat mengkonfirmasi teori, namun bisa pula digunakan buat memaparkan ada ataupun tidaknya ikatan antar variabel laten. karna lebih merujuk kepada pada informasi serta dengan cara prediksi yang spesifik, hingga perincian bentuk tidak terlalu berpengaruh perkiraan penghitungan.Berbeda dari CBSEM, *component based* SEM-PLS menjauhi 2 permasalahan serius ialah *inadmisable solution* serta *factor indeterminacy*.

PLS bisa menganalisis desain yang dibangun melalui parameter refletif serta parameter formatif dan hal ini tidak bisa menggunakan CBSEM sebab akan terjalin dengan *unidentified model*. karna algoritma pada PLS memakai kajian series

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ordinary least square, sehingga penetapan model tidak mejad masalah pada bentuk rekursif dan tidak juga memperkirakan wujud peredaran dari penilaian variabel (Falk and Miller) dikutip (Imam, 2014).

2.3.2 Evaluasi Model

Pada PLS tidak memperkirakan tentang penyebaran untuk penghitungan parameter, alhasil cara pengukuran untuk menilai penerimaan ukuran tidak dibutuhkan Imam (2014)). Bentuk penilaian PLS mempunyai sifat non-parametik. Bentuk pengukuran menggunakan indeks reflektif diuji dengan convergen dan *disctriminant validity* dari parameternya dan *composite reliability* untuk kelompok parameternya. Untuk bentuk penilaian berdasarkan *formatif* indeks dinilai dengan *substantive* inti yaitu dengan cara membandingkan besaran nilai standar serta mengamati penerimaan ukuran nilai tersebut. *Inner model* dinilai dengan memandang variasi persentase yang dipaparkan yaitu dengan memandang nilai R2 sebagai elemen laten dependen dengan memakai ukuran.Bisa juga dengan memperhatikan besaran koefisien jalur, keseimbangan dari prediksi ini dinilai menggunakan uji t-statistik yang diperoleh melalui lewat cara *bootstraping* (Imam, 2014)

2.3.3 Model Pengukuran atau *Outer Model*

Dalam PLS,untuk mencari nilai dilakukan dengan parameter reflektsif yang diuji melalui *Convergent validity* dan *discriminant validity* dari parameter serta *composite reliability* untuk blok parameter. Pada indikator formatif pengujian dilakukan berdasarkan pada substansi inti yaitu menimbang-nimbang besaran sesuai ukuran nilai (Imam, 2014).

Variabel laten adalah faktor yang tidak bisa dilakukan penilaian secara langsung artinya dengan menggunakan parameter atau angket Imam (2014). Parameter refleksif merupakan faktor yang dipengaruhi faktor tidak langsung, maka, bentuk parameter refleksif merupakan desain atau faktor tidak langsung yang dipaparkan melalui parameter dari struktur ke parameter. Parameter-parameter menilai hal yang serupa mengenai struktur, maka menyangkut parameter perlu mempunyai koneksi yang bagus. apabila diantara satu parameter dikeluarkan maka struktur akan berubah. Pada bentuk parameter formatif yang dilihat adalah faktor yang mempengaruhi faktor tidak langsung. Maka, bentuk parameter formatif adalah parameter yang mengubah struktur dari parameter kestruktur, diantara parameter diperkirakan tidak memiliki koneksi, kemudian satu parameter dikeluarkan tidak mengakibatkan perubahan pada struktur (ibid).

Bentuk penilaian pada *Convergent validity* dengan parameter refleksif diukur atas hubungan antar unit nilai dengan struktu nilai yang diukur dengan PLS.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

Nilai refleksif item disebut bagus jika menunjukkan lebih dari 0,70 dengan struktur yang hendak dinilai. Meskipun untuk riset permulaan dari perubahan rasio penilaian nilai *loading* 0,50 sampai dengan 0,60 dipandang memadai (Imam, 2014).

Bentuk penilaian *discriminant validity* dengan parameter refleksif dihitung dengan penilaian *cross loading* dengan struktur. Apabila hubungan struktur dengan unit penilaian lebih tinggi dari nilai struktur lainnya, itu membuktikan bahwa struktur tidak langsung mengestimasi nilai asosiasi tersebut lebih bagus ketimbang nilai pada asosiasi lainnya. Prosedur lain yaitu memandang ukuran AVE semua struktur dengan koneksi antara struktur dengan struktur lainnya. Bila ukuran dasar AVE tiap struktur lebih tinggi dari ukuran koneksi antara struktur dengan struktur lainnya pada model, jadi bisa disebut mempunyai ukuran *discriminant validity* yang bagus (Fornell dan Lacker, 1981 dalam imam Ghozali 2008). selanjutnya dinilai juga *composite reliability* dari asosiasi parameter. *composite reliability* asosiasi parameter yang menilai suatu struktur bisa dinilai menggunakan 2 cara penilaian yaitu *internal consistensy* dan *Cronbach's Alpha* (Imam, 2014).

2.3.4 Model Struktural atau *Inner Model*

Model struktural dinilai berdasarkan R- *square* buat struktur terikat, dalam mengestimasi mengunakan PLS kita mengawali dengan memandang R- *square* buat tiap faktor tidak langsung atau terikat. Perubahan nilai R- *square* bisa dipakai untuk menilai dampak faktor tidak langsung bebas terhadap faktor tidak langsung terikat apakah mempunyai perubahan yang substansi. Memandang variasi persentase yang dipaparkan adalah dengan cara memandang nilai R- *square* struktur tidak langsung terikat, Q-*square test* untuk memprediksi kesesuaian serta uji t dan penerimaan pengukuran koefisien jalur (Imam, 2014).

2.4 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis pada riset ini bisa dilaksanakan menggunakan instrumen kajian Struktural Equation Model (SEM) yakni serangkaian cara-cara statistikal yang mengizinkan percobaan pada sebuah hubungan sekelompok data kompleks dengan berjangka (Imam, 2014). Riset ini memakai 2 cara analisis yaitu,

1. *Corfirmatory Factor Analysis*, didalam SEM dipakai untuk membuktikan sebab-sebab yang sangat berpengaruh pada suatu kategori variabel.
2. *Regression Weight*, didalam SEM dipakai untuk mencari hasil antara faktor-faktor.

Pemakaian SEM pada riset ini karna kapasitasnya dalam menggabungkan bentuk penilaian serta bentuk struktur dengan simultan dan efektif apabila dibanding cara *multivariate*. Pengujian dengan memakai bentuk kemiripan struktur de-

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

ngan menggunakan fitur SmartPLS.

2.5 Profil Objek Penelitian

Kabupaten Kampar merupakan Kabupaten yang populer dengan julukan Bumi Sarimadu, serta memperoleh julukan Serambi Makkah. Kabupaten Kampar berdiri atas peraturan UU nomor 12 tahun 1956 yang beribu kota Bangkinang. Kemudian menjadi daerah provinsi Riau, dari UU nomor 19 tahun 1957 lalu disyahkan dengan UU nomor 61 tahun 1958. Dalam membantu pertumbuhan ibukota provinsi riau, Kampar setuju untuk memberikan beberapa daerahnya dalam perluasan kota Pekanbaru, selanjutnya diresmikan dengan Permen RI nomor 19 Tahun 1987.

Kampar memiliki berbagai potensi alam. Tetapi Kebanyakan dari masyarakatnya berprofesi petani, berkebun dan dibagian kehutanan (67.22%). Hanya ada beberapa yang berprofesi di sektor kelistrikan, Gas alam, dan Air Bersih (0,22%). Di bidang pertanian kampar dirasa lebih cocok menjadi lahan kelapa sawit dan karet. Saat ini luas perkebunan sawit di Kampar mencapai 241,5 ribu *hektare*.

Pada sektor perikanan kampar sudah membudidayakan ikan patin dengan kolam atau keramba dipinggiran sungai kampar, hal ini bisa diperhatikan ketika kita melewati sungai Kampar banyak keramba yang berada ditepi sungai. Pada sat ini sudah ada investasi antara pemerintah Kampar bersama PT. Benecom dengan perkiraan investasi Rp. 30 miliar.

kabupaten Kampar memiliki penduduk dengan beragam kepercayaan seperti agama Islam, Protestan, Katolik, Budha, dan Hindu. Berdasarkan informasi dari kemendagri Kampar yang tercatat Disdukcapil sampai tahun 2020 tercatat yang beragama Islam berjumlah 706.835 jiwa (89,44%), beragama Kristen sebanyak 83.051 jiwa (10,51%), Protestan 75.277 jiwa (9,53%) dan Katolik 7.774 jiwa (0,98%) dari total populasi 790.313 jiwa penduduk.

2.6 Populasi dan Sampel

Dalam penelitian, populasi merupakan daerah penyamarataan yang termasuk kedalam objek maupun subjek yang memiliki bobot kriteria khusus serta bisa dijadikan oleh periset untuk penelitian dan kemudian bisa dimabil sebuah kesimpulan. Sampel ialah elemen dari kuantitas serta identitas yang dipunyai populasi tersebut (Pradana dan Reventiary, 2016).

2.6.1 Pengambilan Sampel

Pengumpulan sampel adalah cara yang digunakan untuk mendapatkan cerminan deskriptif tentang ciri unit observasi yang tercantum di dalam ilustrasi, serta untuk melaksanakan generalisasi serta memperkirakan parameter populasi

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

(Nurdiani, 2014).

2.6.2 Teknik Sampel

Sampel *Purposive* ialah tata cara pemilihan sampel dengan melakukan penilaian tertentu terlebih dulu. Dalam menentukan kategori subjek pada sampel *Purposive*, bersumber pada petunjuk-petunjuk spesifik yang diduga memiliki hubungan yang erat dengan identitas populasi yang telah didapatkan terdahulu (Oleh dan Susilana, n.d.).

2.7 Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis

Bersumber pada rumusan masalah dan tinjauan pustaka yang sudah dipaparkan sebelumnya bahwa hipotesis yang diusulkan pada riset ini adalah:

2.7.1 *Attitude Toward Behavior*) berpengaruh terhadap *Behavioral Intention*

Sikap pembeli ialah sebuah situasi yang berhubungan dengan prosedur pembelian. Konsumen melaksanakan pencarian, riset, serta pengevaluasian barang. Perilaku pembeli ialah sikap yang melandasi pembeli dalam melaksanakan riset. Para pembeli memanfaatkan Marketplace untuk melaksanakan pembelian produk bedasarkan pengetahuan yang mereka miliki merupakan ialah ide yang baik. Sikap memiliki pengaruh positif terhadap perilaku kelompok dalam berbelanja *Purposive*daring menggunakan *Marketplace*. Situasi ini diakibatkan skala penerimaan yang didapatkan dari hasil pengecekan audit signifikansi yang sudah ditentukan. Dapat diambil kesimpulan, semakin kita menyukai sesuatu, rasa kecenderungan untuk melakukan pembelian tersebut juga semakin tinggi, hal itu berdampak pada sikap dalam melaksanakan bisnis *Online* menggunakan *Marketplace*.

Menurut penelitian dari Nuary (2010), mengutarakan jika sikap terhadap perilaku memiliki pengaruh terhadap minat perilaku. Hasil hipotesis tersebut menampilkan kalau terdapat pengaruh yang signifikan positif dari sikap terhadap perilaku memiliki pengaruh terhadap minat perilaku yang maksudnya hipotesa diterima yang dilakukan pada usaha mikro, kecil dan menengah di kota Surakarta pada 2009.

H1: *Attitude Toward Behavior* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*.

2.7.2 *Subjective Norm* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention*

Norma subjektif adalah anggapan seseorang ataupun asumsi dengan harapan yang ada dari perilaku tertentu atau tidak akan melakukannya. Norma subyektif merupakan kepercayaan seeorang tentang sesuatu yang dianggap berarti dalam menunjukkan sikap tertentu. Sokongan dari orang lain sangat diperlukan dan memberikan kontribusi yang nyata dalam memprediksi perilaku yang akan dilakukan

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

individu. Hal itu berarti rekomendasi dari orang yang sangat berpengaruh dalam hidup. pemahaman masyarakat yang kurang baik tentang *Marketplace* baik dari pengalaman sendiri maupun orang lain berdampak masyarakat cenderung tidak percaya dalam melangsungkan transaksi *Online*. Pengguna *Marketplace* yang mendapatkan sokongan dari individu lain membuat mereka memiliki keinginan untuk medalami dan memanfaatkan teknologi tersebut. Semakin besar masukan yang diterima seseorang maka akan menimbulkan keinginan untuk melakukan perilaku tersebut.

Menurut riset dari Nuary (2010), menyatakan norma subjektif berpengaruh terhadap minat perilaku. Dari hipotesis tersebut menjelaskan kalau ada perubahan yang signifikan positif dari norma subjektif atas minat perilaku yang maksudnya hipotesa diterima yang dilakukan pada UKM yang berada dikota Surakarta tahun 2009.

H2: *Subjective Norm* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*

2.7.3 *Perceived Behavioral Control* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention*

Kontrol perilaku persepsian sebagian besar timbul karna keyakinan jika individu tersebut dapat melaksanakan suatu perilaku dan keyakinan akan aspek-aspek yang dirasa bisa memudahkan serta menentukan sikap. Pengalaman masa lalu akan memberi pertimbangan serta mengatasi hambatan-hambatan pada Kontrol perilaku persepsian. Pada penelitian ini masyarakat belum memikirkan ataupun mengupayakan untuk memanfaatkan *Marketplace* dan juga belum adanya dorongan untuk menggunakan media digital sebagai sesuatu yang menghasilkan. Masyarakat yang memahami manfaat dari fasilitas *Marketplace* akan mendapatkan kemudahan dibandingkan kendala dalam penggunaan *Marketplace* sehingga bisa diprediksi akan tercipta minat untuk menggunakan. Pengguna yang memiliki kemampuan imajiner yang bagsu akan berinovasi menggali potensi yang ada serta terus menambah pengetahuannya tentang *Marketplace*.

Menurut penelitian dari Nuary (2010), menyatakan kontrol perilaku persepsian berpengaruh terhadap minat perilaku. Hasil hipotesis tersebut menampilkan kalau ada pengaruh yang signifikan positif sangat besar dari kontrol perilaku persepsian terhadap minat perilaku yang artinya hipotesa diterima yang dilakukan pada UKM yang berada dikota Surakarta tahun 2009.

H3: *Perceived Behavioral Control* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Sultan Syarif Kasim Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

2.7.4 *Perceived Behavioral Control* berpengaruh terhadap perilaku *Behavior*

Kontrol perilaku persepsian sebagian besar muncul karna keyakinan jika orang tersebut sanggup melaksanakan suatu perbuatan dan keyakinan aspek-aspek yang dirasa bisa memudahkan dalam menetukan sikap. Pengalaman masa lalu akan memberi pertimbangan serta mengatasi hambatan-hambatan pada Kontrol perilaku persepsian. *Perceived Behavioral Control* selaku tugas yang dilandaskan pada kepercayaan yang disebut kontrol kepercayaan, adalah kepercayaan pribadi seseorang tentang terdapat ataupun tidak terdapatnya faktor penunjang atau membatasi seseorang dalam melakukan suatu perbuatan. Penggunaan *Marketplace* diharapkan memiliki kepiawaian membeli produk lewat *Online*, dapat dikendalikan, mempunyai pengetahuan serta keahlian untuk berbelanja *Online*, serta merasa aman pada saat berbelanja *Online*. Kendali Pengguna *Marketplace* tentang anggapan mudah atau sulit dalam berbelanja Online bisa memeberikan pengaruh kepada pengguna dalam mewujudkan sikap berbelanja *Online*.

Menurut riset dari Nuary (2010), menyatakan kontrol perilaku persepsian berpengaruh terhadap minat perilaku. Hasil hipotesis tersebut menampilkan kalau ada perubahan relevan positif oleh kontrol perilaku persepsian terhadap perilaku yang maksudnya hipotesa diterima yang dilakukan pada Usaha kecil dan menengah yang ada dikota Surakarta tahun 2009.

H4: *Perceived Behavioral Control* berpengaruh positif terhadap *Behavior*

2.7.5 *Behavioral Intention* berpengaruh terhadap *Behavior*

Perilaku yang ditampilkan individu muncul karna ada sebuah keinginan untuk berperilaku. Minat perilaku merupakan sesuatu kemauan individu dalam melaksanakan sebuah perilaku. Individu melaksanakan sebuah perilaku apabila memiliki kemauan dalam melaksanakannya. Pengguna yang mempunyai kemauan yang besar dalam memanfaatkan *Marketplace* lebih cenderung terbuka terhadap fasilitas yang disediakan pada *Marketplace* tersebut. kecenderungan konsumen untuk menggunakan aplikasi *Marketplace* untuk membeli suatu produk. Bertekad menggunakan *Marketplace* pada waktu yang akan datang. Teknik untuk mencari tahu keinginan dalam menerapkan pemakaian teknologi informasi untuk berbelanja *Online* ialah lewat pengenalan terhadap suatu teknologi informasi apakah memiliki manfaaat setelah digunakan dan apakah teknologi informasi memiliki sebuah keuntungan yang bisa memajukan sektor usaha mereka (Indrayana, Seminar, dan Sartono, 2016).

Menurut penelitian dari Nuary (2010), menyatakan minat perilaku berpengaruh terhadap perilaku. Hasil hipotesis tersebut menampilkan kalau ada pengaruh yang signifikan positif dari minat perilaku terhadap perilaku yang maksudnya

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

hipotesa diterima yang dilakukan pada UKM yang berada diKota Surakarta tahun 2009.

H5: *Behavioral Intention* berpengaruh positif terhadap *Behavior*

2.8 Penelitian terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Peneliti Ulfia dkk. (2019), yang berjudul" Analisis Aktivitas Masyarakat Muslim Dalam Pembelian *Online* Menggunakan *Theory Of Planned Behavior*" ditujukan untuk mencari tahu kaitannya antara sikap, norma subjektif, kontrol perilaku, pengetahuan halal dan niat atas perilaku masyarakat muslim dalam berbelanja daring. Adapun metode yang dipakai pada riset ini adalah metode TPB dari Ajzen dkk. (1991). Dari riset tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa dari analisis menerangkan dengan spontan faktor sikap dan norma subjektif mempunyai efek positif relevan pada perilaku, namun kontrol perilaku, pengetahuan halal dan niat belum mempunyai efek. Faktor kontrol perilaku mempunyai efek positif relevan pada perilaku masyarakat muslim dalam berbelanja *Online* dengan perantara keinginan. Kemudian faktor sikap, norma subjektif, dan pengetahuan halal tidak berefek pada perilaku masyarakat muslim dalam berbelanja*Online* dengan perantara keinginan.

Penelitian yang dilakukan oleh Peneliti Amela, Lubis, dan Sabrina (2019), yang berjudul "Penggunaan *Theory Of Planned Behavior* Untuk Menganalisis Niat Perilaku Milenial Dalam Belanja Daring Melalui Aplikasi *Instagram*" ditujukan untuk menyelidiki minat perilaku dalam berbelanja Online menggunakan *Theory of Planned Behavior* sebagai tinjauan pustaka. Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan, dapat disimpulkan jika riset ini menerangkan kalau hanya faktor kontrol perilaku yang tidak memberikan efek terhadap niat perilaku. Sedangkan faktor-faktor lainnya meimiliki efek positif.

Penelitian yang dilakukan oleh Peneliti Suryawirawan (2019), yang berjudul" *Theory Of Planned Behavior* Pada *E-Commerce* Intention Mahasiswa Di Surabaya" ditujukan untuk mencari tahu efek *Attitude*, *Subjective Norm*, *Perceived Behavioral Control* dan jenis kelamin pada minat *E-Commerce* mahasiswa di Surabaya. Metode yang dipakai pada riset ini adalah TPB dari Ajzen dkk. (1991). Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan, dapat disimpulkan jika riset ini menjelaskan bahwa adanya kemajuan perkembangan teknologi *E-Commerce* memberi kemudahan kepada masyarakat untuk mempromosikan usaha mereka, wanita mempunyai hasrat cenderung lebih tinggi dalam menjadi seorang pengusaha, sebuah pekerjaan yang sebelumnya dikuasai oleh laki-laki.

Penelitian yang dilakukan oleh Peneliti Setiawan, Setyasih, dan Hosana (2020), yang berjudul" Analisis Faktor–Faktor Penggunaan *Financial Technology*

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Sultan Syarif Kasim Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Pada Sistem Pembayaran Transportasi *Online*." Ditujukan untuk menentukan minat suatu kelompok dalam memanfaatkan metode transaksi virtual pada aplikasi transportasi *Online*. Adapun metode yang dipakai pada riset ini adalah TPB dari Ajzen dkk. (1991). Berlandaskan riset terebut, bisa ditarik kesimpulkan bahwa norma subjektif dan Kontrol perilaku persepsian memiliki efek positif atas minat perilaku menggunakan TI yaitu pemanfaatan metode transaksi virtual seperti Go-Pay dan Ovo dalam bentuk transportasi *Online* yaitu G-Jek dan Grab.

Penelitian yang dilakukan oleh Peneliti Hasanah (2018), yang berjudul" Aplikasi *E-Commerce* Dengan Metode *Theory Of Planned Behavior* Dalam Bisnis Penjualan (Studi Kasus Toko-Toko Di Wonosobo)." Ditujukan untuk pelaku usaha yang belum menggunakan layanan internet, proses jual beli masih memakai sistem konvensional, situasi tersebut amat berdampak pada pemasaran barang dan keuntungan yang diperoleh. Metode yaang dipakai pada riset ini adalah metode TPB dari Ajzen dkk. (1991). Berlandaskan riset tersebut, bisa ditarik kesimpulan wujud bentuk keinginan atas penerapan *E-Commerce* pada bidang usaha perdagangan dengan studi kasus beberapa toko didaerah Wonosobo.

Penelitian yang dilakukan oleh Peneliti Widyastuti, Suhaidar, dan Yunita (2020), yang berjudul" Analisis Penerimaan Teknologi *Financial Aggregator* Cekaja.Com Terhadap *Behavior Intention* Melalui Pendekatan Teori Perilaku Rencanaan (*Theory Of Planned Behavior* Atau Tpb) (Studi Pada Masyarakat Kota Pangkal pinang)" dilatar belakangi, zaman yang sudah serba maju ini banyak aneka barang finansial yang menjadikan seorang individu tertarik menggunakannnya. Namun dari beberapa individu ragu dalam penggunaannya. Oleh karna itu, Dalam mendukung sekelompok individu guna mengambil langkah dibutuhkanlah *market aggregator* atau *financial aggregator* atau *comparison site*. Metode yang dipakai pada riset ini adalah TPB dari Ajzen dkk. (1991). Berlandaskan riset tersebut, bisa ditarik kesimpulan faktor sikap terhadap perilaku memiliki efek positif dan relevan pada minat perilaku sekelompok individu dikota Pangkal pinang pada penerapan teknologi *financial aggregator* CekAja.com, faktor norma subjektif (*Subjective Norm*) tidak memiliki efek positif dan relevan pada minat perilaku sekelompok individu dikota Pangkal pinang pada penerapan teknologi *financial aggregator* CekAja.com. Faktor kontrol perilaku persepsian memiliki efek positif dan relevan pada minat perilaku sekelompok individu dikota Pangkal pinang pada penerapan teknologi *financial aggregator* CekAja.com.

Riset yang dilaksanakan oleh Sari dan Dirgahayu (2018), dengan judul" Pengaruh Dimensi Budaya Terhadap Perilaku Penggunaan *E-Commerce*: Daerah Istimewa Yogyakarta". Ditujukan untuk mengamati segi budaya dan faktor yang bisa

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

berdampak dalam mengestimasi sikap menggunakan *E-Commerce* dengan metode TPB pada daerah Yogyakarta. Metode yang dipakai pada riset ini adalah TPB dari Ajzen dkk. (1991). Berlandaskan riset tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa di daerah Yogyakarta segi budaya yang berdampak pada faktor prediksi minat manusia adalah *masculinity* dan *power distance*. Pada sudut pandang ini berdampak terhadap faktor *Subjective Norm* dalam metode TPB. sebagaimana yang telah dilihat pada kajian terdahulu bahwa *Subjective Norm* di Yogyakarta mempunyai efek positif dan relevan pada minat manusia dalam menggunakan *E-Commerce*. Bisa dikatakan kedua dimensi perilaku tersebut mempunyai dampak terhadap sikap menggunakan *E-Commerce*.

Penelitian yang dilakukan oleh Peneliti Santoso, Witjaksono, dan Aziza (2018), yang berjudul" Evaluasi Penggunaan SAP Menggunakan *Theory of Planned Behaviour* SAP *Usage Evaluation using Theory of Planned Behaviour*". Ditujukan untuk mengestimasi, menerangkan dan mencari tahu variabel-variabel yang berdampak terhadap minat perilaku dan perilaku dalam penerapan serta pemakaian perangkat SAP dalam menuntaskan pekerjaan. Metode yang dipakai pada riset ini adalah TPB dari Ajzen dkk. (1991). Berlandaskan riset tersebut, bisa ditarik kesimpulan dari hasil penilaian yang diperoleh riset ini adalah sikap, norma subjektif, kontrol perilaku persepsian memiliki dampak terhadap minat perilaku dan minat perilaku memiliki dampak terhadap *Behavior*. Hasil riset mengungkapkan kalau faktor sikap, norma subjektif, kontrol perilaku persepsian, minat perilaku dan perilaku memiliki dampak pada pemakaian perangkat SAP di PT. INTI.

Riset yang dilaksanakan oleh Peneliti Ramahdaniati dan Hatta (2017), dengan judul" Perilaku Berbagi Pengetahuan Akuntansi Pada Dosen Akuntansi Kota Bengkulu: Pendekatan *Theory Of Planned Behavior* (Tpb)". ditujukan untuk mencari tahu sikap *knowladge sharing* akuntansi oleh dosen akuntansi di kota Bengkulu. Metode yang dipakai pada riset ini adalah TPB dari Ajzen dkk. (1991). Pada riset ini ada tiga faktor yang berpengaruh yaitu *Attitude Toward Behavior*, *Subjective Norm*, dan *Perceived Behavior Control*. Berlandaskan riset tersebut, bisa ditarik kesimpulan bahwa kepercayaan diri berdampak positif atas *Attitude Toward Behavior*, koneksi sosial berdampak positif atas *Attitude Toward Behavior*, *extrinsic reward* berdampak positif atas *Attitude Toward Behavior*, sokongan sebuah organisasi berdampak positif atas *Subjective Norm*, *Attitude Toward Behavior* berdampak positif atas *Behavior* of *knowladge sharing* akuntansi, *Subjective Norm* berdampak positif atas *Behavior* of *knowladge sharing* akuntansi, *Perceived Behavior Control* berdampak positif atas *Behavior* of *knowladge sharing* akuntansi.

Riset yang dilaksanakan oleh R. Fitriana dan Suprehatin (2018), dengan

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

judul" Aplikasi *Theory Of Planned Behavior* Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu Cair Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Indonesia Dan Malaysia". Dilatar belakangi masalah, 1. Bagaimana perbandingan dampak teori TPB (*attitude*,*Subjective Norm* dan *Behavioral control*) pada langkah membeli susu cair dengan kemasan antara mahasiswa Indonesia dan Malaysia? 2. membandingkan dampak label barang dalam mengambil langkah membeli susu cair kemasan antara mahasiswa Indonesia dan Malaysia. Metode yang dipakai pada riset ini adalah TPB dari Ajzen dkk. (1991). Berlandaskan riset tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa riset yang telah dilaksanakan bukan semata menganalogikan dampak faktor TPB dan label barang atas langkah mebeli susu cair dengan kemasan, namun bisa juga dipakai dalam menentukan kebijakan penjualan produk susu cair dengan kemasan.

Riset yang dilaksanakan oleh Sakdiyah, Effendi, dan Kustono (2019), dengan judul" Analisis Penerimaan Penggunaan *E-Learning* dengan Pendekatan *Theory of Planned Behavior* (TPB) pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Jember". ditujukan guna mengkaji penerapan dan pemakaian *e-learning* melalui metode TPB pada mahasiswa akuntansi Universitas Jember tahun ajaran 2016/2017 semester genap. Metode yang dipaka pada riset ini adalah TPB dari Ajzen dkk. (1991). Berlandaskan riset tersebut, bisa ditarik kesimpulan bahwa dari analisa menerangkan dengan memakai konsep TPB bisa didapatkan koneksi yang relevan antara *Behavioral Intention* atas *Behavior* penerapan dan pemakaian *e-learning* serta koneksi yang belum relevan antara *Perceived Behavior Control* atas *Behavior* dalam penerapan dan pemakaian *e-learning* oleh mahasiswa Akuntansi Universitas Jember.

Riset yang dilaksanakan oleh Kinanti dan Baridwan (2013), dengan judul" Analisis Determinan Sistem Informasi *E-Ticketing* (Pendekatan *Extended Theory Of Planned Behaviour*)". Ditujukan dalam menganalisa variabel-variabel yang berdampak terhadap niat penerapan sistem informasi *E-Ticketing* dengan metode TPB dari Ajzen dkk. (1991). Berlandaskan riset tersebut, bisa ditarik kesimpulan bahwa *Behavior* dan *Perceived Behavior Control* berdampak atas *Intention* menggunakan sistem informasi *E-ticketing*. Sedangkan *Subjective Norm* dan *belief* tidak berdampak atas *Intention* mengunakan sistem informasi *E-ticketing*. Dampak dari riset ini cenderung signifikan untuk kelompok manajemen perusahaan supaya lebih mementingkan aspek-aspek yang berdampak pada pengembangan transaksi pembelian tiket dengan menggunakan sistem informasi *E-Ticketing*.

Penelitian yang dilakukan oleh Peneliti Hidayati (2013), yang berjudul" Pengaruh Sikap, Kontrol Perilaku Persepsian, Pengalaman dan Kepercayaan Terhadap

UIN SUSKA RIAU

Minat Menggunakan Layanan *Internet Banking*". Penelitian ini mengkaji aspek-aspek yang berdampak terhadap niat untuk memanfaatkan layanan *Internet Banking*. Metode yang digunakan pada riset ini adalah *The Theory Planned Behavior* dari Ajzen dkk. (1991). Berlandaskan riset tersebut, bisa ditarik kesimpulan bahwa *Behavior*, *Perceived Behavior Control*, dan *belief* berdampak atas intensi memanfaatkan layanan *Internet Banking*. Sedangkan, *experience* tidak berdampak atas minat menggunakan *Internet Banking*. Hal ini berarti bahwa intensi dalam memanfaatkan *Internet Banking* dipengaruhi oleh *Behavior*, *Perceived Behavior Control* dan *belief*. Hasil riset ini hendaknya dapat mendukukung bidang usaha *Online* dengan merujuk pada aspek-aspek yang berdampak terhadap intensi memanfaatkan *Internet Banking*.

Riset yang dilaksanakan oleh Afdalia, Pontoh, dan Kartini (2014), dengan judul" *Theory Of Planned Behavior* Dan *Readiness For Change* Dalam Memprediksi Niat Implementasi Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2010". Ditujukan guna mencari tahu dampak *Attitude Toward Behavior*, *Subjective Norm*, *Perceived Behavior Control* dan *readiness* dalam berproses terhadap intensi untuk mengaplikasikan Peraturan Pemerintah No. 71 Tahun 2010 tentang Standar Akuntasi Pemerintahan Berbasis Akrual. Metode yang dipakai pada riset ini adalah TPB dari Ajzen dkk. (1991). Berlandaskan riset tersebut, bisa ditarik kesimpulan bahwa sikap terhadap perilaku, norma subjektif dan kesiapan untuk berubah memiliki dampak positif dan relevan atas intensi, sedangkan kontrol perilaku persepsian belum menujukkan dampak yang relevan terhadap minat.

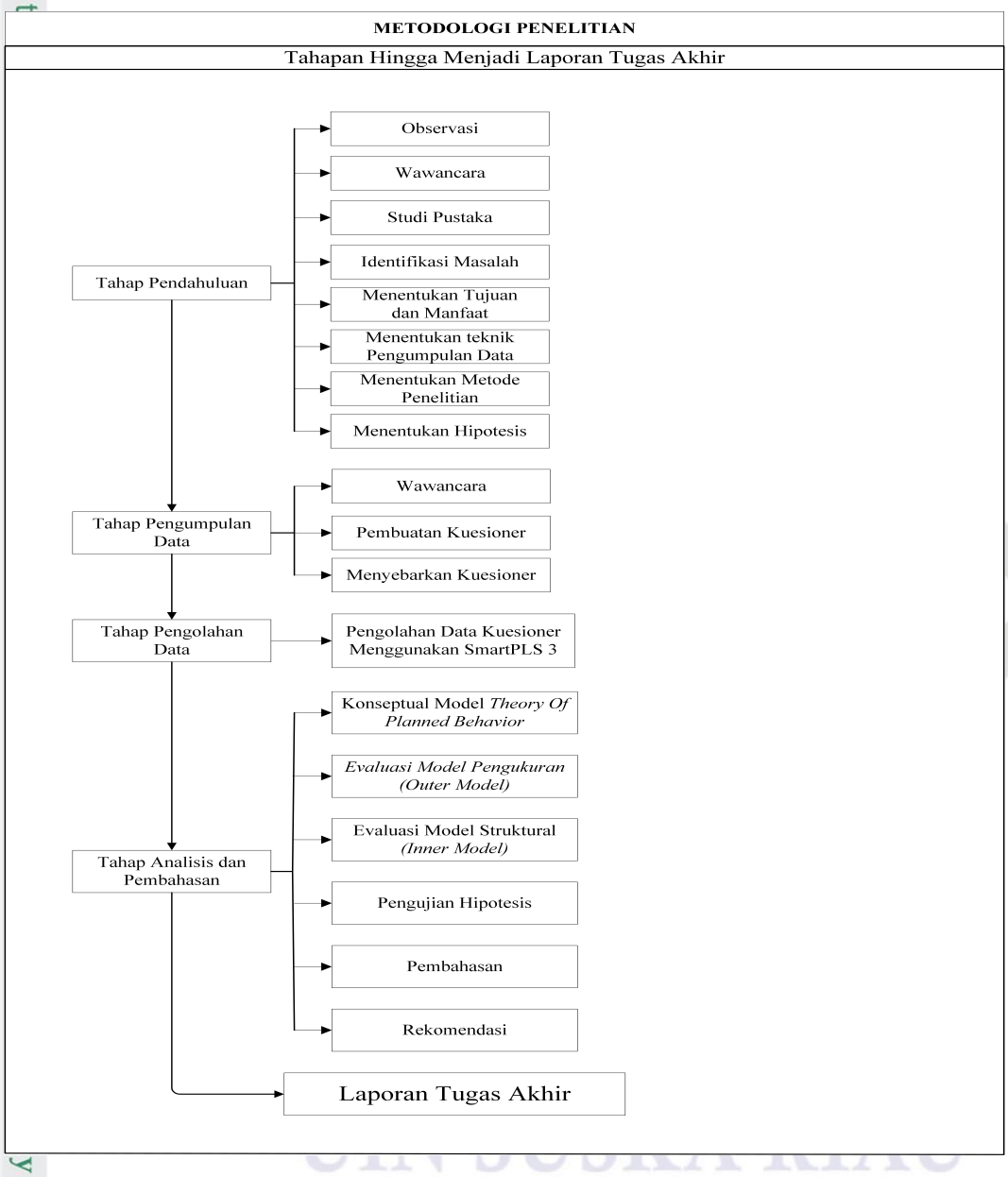
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipt

BAB 3
METODOLOGI PENELITIAN

Berikut merupakan metode penelitian yang diperhatikan pada Gambar 3.1.



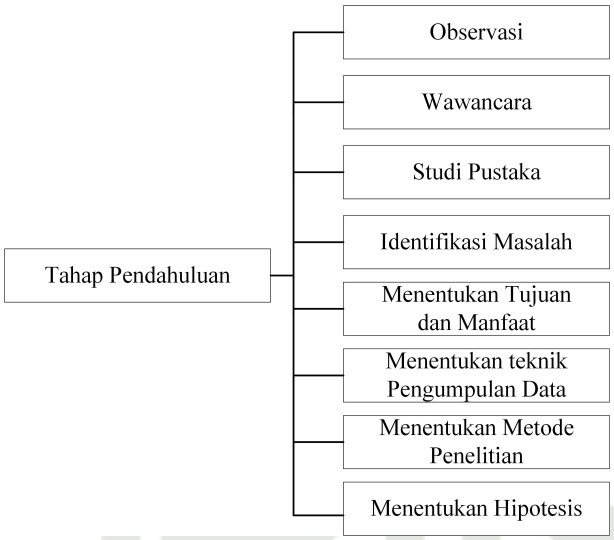
Gambar 3.1. Tahap Pendahuluan

3.1 Tahap Pendahuluan

Pada bagian ini penulis merencanakan apa yang akan diteliti dengan hasil akhir berupa laporan Tugas Akhir yang dapat diperhatikan pada Gambar 3.2.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



Gambar 3.2. Tahap Pendahuluan

3.1.1 Observasi

Observasi dilaksanakan dengan melakukan pengamatan terhadap objek penelitian yaitu member atau pengguna *Marketplace Facebook* di Kabupaten Kampar dan dari kegiatan observasi secara daring didapatlah data berupa pengaruh penggunaan *Marketplace* pada *Facebook* terhadap masyarakat tersebut. Bisa dilihat pada Lampiran B.

3.1.2 Wawancara

Wawancara dilakukan terhadap masyarakat di Kabupaten Kampar, dimana didapatlah permasalahan yaitu belum optimalnya pemanfaatan penggunaan *Marketplace* pada *Facebook* sebagai sarana transaksi jual beli *online*. Sehingga didapatlah data-data berupa pengaruh penggunaan *Marketplace* pada *Facebook* terhadap perilaku masyarakat yang diperlukan untuk penelitian Tugas Akhir ini.

3.1.3 Studi Pustaka

Studi pustaka dilaksanakan dengan mengecek literatur-literatur atau pedoman-pedoman untuk pengerjaan penelitian Tugas Akhir ini berupa buku dan jurnal-jurnal penelitian terdahulu tentang penerapan TPB dan juga jurnal yang berhubungan dengan topik riset Tugas Akhir saat ini.

3.1.4 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah yaitu menentukan pengaruh penggunaan *Marketplace* pada *Facebook* di Kabupaten Kampar untuk melakukan transaksi belanja *online*.

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

3.1.5 Menentukan Tujuan dan Manfaat

Menentukan Tujuan dari penelitian adalah untuk mencari tahu dampak variabel *Behavior*, *Behavioral Intention*, *Attitude Toward Behavior*, *Subjective Norm*, *Perceived Behavioral Control* terhadap penggunaan *Marketplace* dan memberikan rekomendasi berlandaskan nilai implementasi TPB terhadap perilaku penggunan*Marketplace* pada *Facebook*. Sedangkan Manfaat dari penelitian Tugas Akhir ini adalah dapat menilai pengaruh variabel *Behavior*, *Behavioral Intention*, *Attitude Toward Behavior*, *Subjective Norm* dan *Perceived Behavioral Control* terhadap perilaku penggunaan *Marketplace* dan bisa sebagai alat acuan (referensi) untuk masyarakat serta membantu dalam pengambilan keputusan mengenai perilaku penggunaan *Marketplace*.

3.1.6 Menentukan Teknik Pengumpulan Data

Menghimpun segala yang diperlukan dalam memenuhi identifikasi persoalan penelitian. Yang mana menggunakan teknik: observasi, wawancara dan sebar kuesioner.

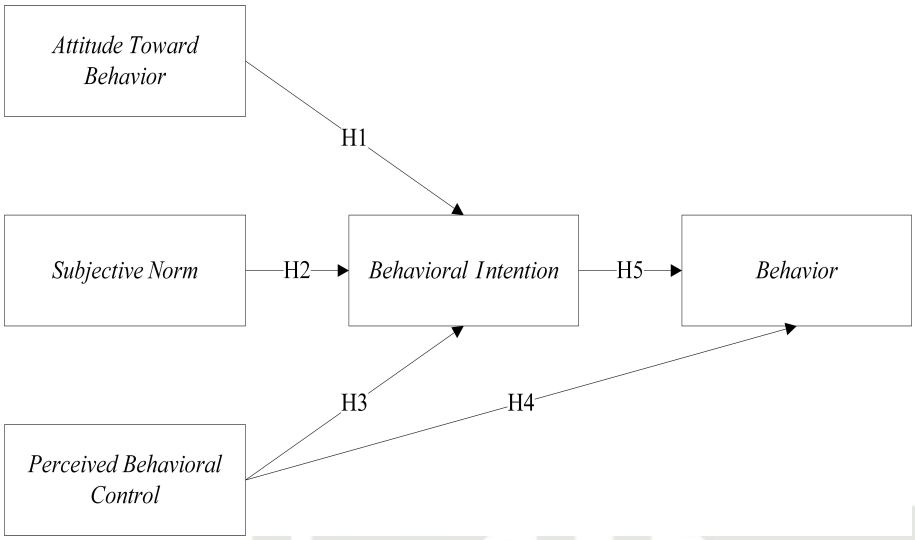
3.1.7 Menentukan Metode Penelitian

Menentukan metode berdasarkan permasalahan dan topik yang diteliti. Pada penelitian ini metode yang dipakai yaitu TPB. Konstruknya terdiri dari perilaku, minat perilaku, sikap terhadap perilaku, norma subjektif dan kontrol perilaku persepsian.

3.1.8 Menentukan Hipotesis

Yaitu jaringan yang diestimasi dengan sistematis antara dua atau lebih variabel dan dinyatakan dengan pola penjelasan yang bisa dinilai. Tujuannya adalah untuk mendapatkan jawaban sementara atas pernyataan dalam penelitian Tugas Akhir ini. Hipotesis ini terdiri dari variabel bebas yaitu *Behavior* dan *Behavior intention* sedangkan variabel terikat yaitu *Attitude Toward Behavior*, *Subjective Norm* dan *Perceived Behavioral Control*. Hipotesis pada penelitian Tugas Akhir ini dapat dilihat pada Gambar 3.3:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



Gambar 3.3. Model TPB
Sumber: (Jogiyanto (2007)

H1: Variabel ATB berpengaruh positif terhadap BI untuk menggunakan *Marketplace Facebook*.

H2: Variabel SN berpengaruh positif terhadap BI untuk menggunakan *Marketplace Facebook*.

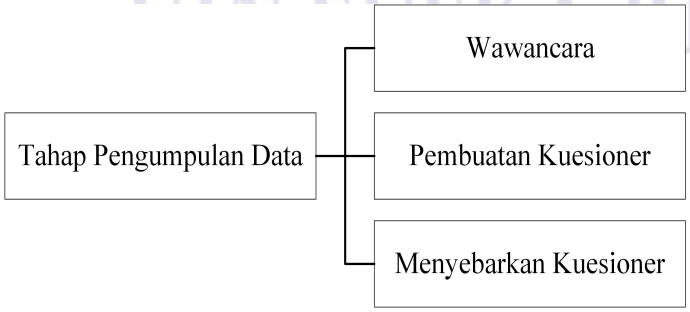
H3: Variabel PBC berpengaruh positif terhadap BI untuk menggunakan *Marketplace Facebook*.

H4: Variabel PBC berpengaruh positif terhadap B untuk menggunakan *Marketplace Facebook*.

H5: Variabel BI berpengaruh positif terhadap B untuk menggunakan *Marketplace Facebook*.

3.2 Tahap Pengumpulan Data

Pada bagian ini dilaksanakan guna memudahkan dalam proses penelitian, informasi-informasi yang dibutuhkan seperti data pokok dan juga data pendukung. Tahap pengumpulan data bisa diperhatikan pada Gambar 3.4.



Gambar 3.4. Tahap Pengumpulan Data

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

3.2.1 Wawancara

Wawancara dilakukan dengan *member*/pengguna *Marketplace* di Kabupaten Kampar dimana didapatlah permasalahan yaitu berupa pengaruh penggunaan *Marketplace* pada *Facebook* dan juga didapatlah data-data yang diperlukan untuk penelitian Tugas Akhir ini. Bisa dilihat pada Lampiran A.

3.2.2 Pembuatan Kuesioner

Membuat pernyataan yang akurat serta bisa dipahami oleh seluruh informan. Dalam hal ini kuesioner disebarkan kepada pengguna *Marketplace Facebook* di Kabupaten Kampar. Pembuatan kuesioner ini diambil dari jurnal-jurnal penelitian terdahulu. Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai TPB yang tersusun atas lima konstruk. Berikut ini adalah bentuk pernyataan tentang tiap-tiap konstruk TPB yang disebarkan seperti kuesioner kepada masyarakat di Kabupaten Kampar yang dapat dilihat pada Tabel 3.1.

Variabel	Indikator	Kode Item
Behavior (B)	1. Saya lebih menyukai berbelanja dengan *Marketplace Facebook* daripada berbelanja secara konvensional apabila harganya sama.	B1
	2. Saya lebih menyukai berbelanja dengan *Marketplace Facebook* terbebas dari harganya.	B2
	3. Saya membagikan pengetahuan saya dalam menggunakan *Marketplace Facebook* kepada teman lainnya dalam cara yang efektif.	B3
Behavioral Intention (BI)	1. Saya belum mempunyai minat yang besar untuk berbelanja melalui *Marketplace Facebook*.	BI1
	2. Saya akan berbelanja melalui *Marketplace Facebook* jika jelas halal walaupun harganya lebih mahal dibandingkan *marketplace* yang lain.	BI2
	3. Saya ingin merekomendasikan berbelanja dengan *Marketplace Facebook* kepada teman, saudara dan orang terdekat lainnya.	BI3
Attitude Toward Behavior (ATB)	1. Saya sering berbelanja dengan *Marketplace Facebook*	ATB1
	2. Bagi saya berbelanja menggunakan *Marketplace Facebook* adalah hal yang baik	ATB2
	3. Bagi saya berbelanja dengan menggunakan *Marketplace Facebook* sungguh menguntungkan	ATB3
Subjective Norm (SN)	1. Pendapat positif dari orang terdekat mempengaruhi saya untuk berbelanja dengan *Marketplace Facebook*.	SN1
	2. Pendapat negatif dari orang terdekat mempengaruhi saya untuk berbelanja dengan *Marketplace Facebook*.	SN2

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Tabel 3.1 Variabel Penelitian (Tabel lanjutan...)

Variabel	Indikator	Kode Item
	3. Pendapat orang yang saya anggap penting lebih menyukai saya berbelanja dengan *Marketplace Facebook*.	SN3
Perceived Behavioral Control (PBC)	1. Saya meyakini jika saya mampu berbelanja menggunakan *Marketplace Facebook*.	PBC1
	2. Bagi saya berbelanja menggunakan *Marketplace Facebook* adalah sesuatu yang mudah.	PBC2
	3. Keputusan dalam berbelanja menggunakan *Marketplace Facebook* sepenuhnya dibawah kontrol saya	PBC3

3.2.3 Menyebarkan Kuesioner

Menyebarkan kuesioner kepada pengguna Marketplace di Kabupaten Kampar. Pada riset ini, populasinya sangat besar dan tidak terhitung jadi diperlukan sebuah evaluasi spesifik pada karakter spesimen yang dirasa relevan dengan tujuan riset atau yang biasa disebut dengan teknik *Purposive Sampling*.

Dalam menentukan spesimen yang bisa mewakili populasi, maka instrumen penentu total spesimen riset ini menggunakan rumus Lemeshow dari Hananda (2019). Seperti pada persamaan 3.1 adalah:

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{d^2} \tag{3.1}$$

n: Jumlah Sampel
z: Nilai standart = 1.96
p: Maksimal estimasi = 50% = 0.5
d = Alpha (0,10) atau *sampling error* = 10%

$$n = \frac{1.96^2 0.5(1-0.5)}{0.5^2} \tag{3.2}$$

$$n = 96,04 = 96$$

Maka didapat total spesimen minimum yang diperlukan dalam riset sebanyak 96 informan namun dibulatkan menjadi 100 informan.

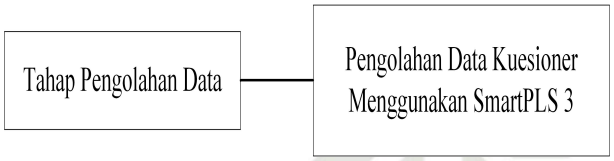
Jenis kuesioner yang disebarkan yaitu kuesioner tertutup yang dinilai dalam bentuk skala likert. Skala likert adalah cara menghitung sikap dengan topik yang dimaksudkan bisa membuktikan kualitas kesepakatan atau ketidak sepakatan seseorang atas tiap-tiap pernyataan. Berikut 4 point skalanya yaitu:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. STS (Sangat Tidak Setuju)
2. TS (Tidak Setuju)
3. S (Setuju)
4. SS (Sangat Setuju)

3.3 Tahap Pengolahan Data

Tahap pengolahan data bisa diperhatikan pada Gambar 3.5

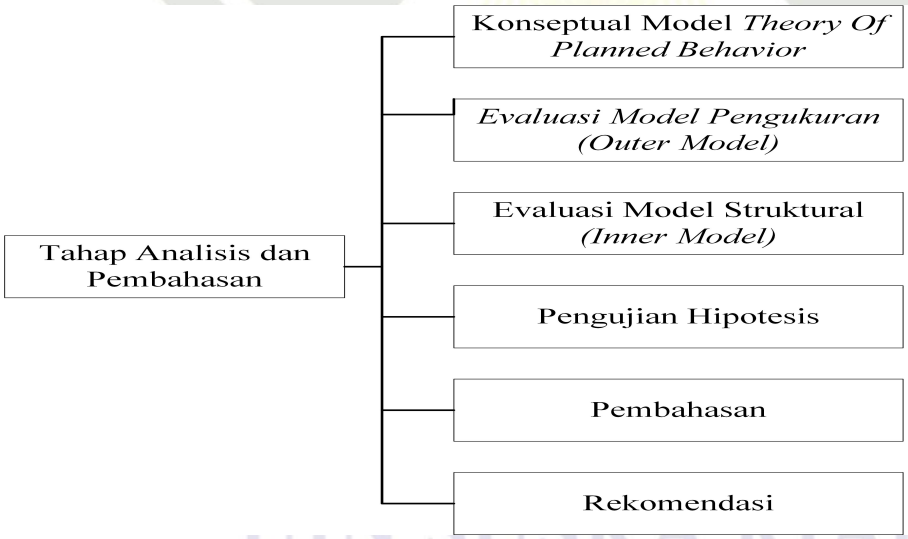


Gambar 3.5. Tahap Pengolahan Data

Merupakan pengolahan data hasil penyebaran kuesioner sebanyak 100 orang responden. Pengolahan data kuesioner ini memanfaatkan SEM (*Structural Equation Model*) dan memanfaatkan*tools SmartPLS* tipe 3.0.

3.4 Tahap Analisis dan Pembahasan

Pada bagian analisis dan hasil bisa diperhatikan pada Gambar 3.6



Gambar 3.6. Tahap Analisis dan Pembahasan

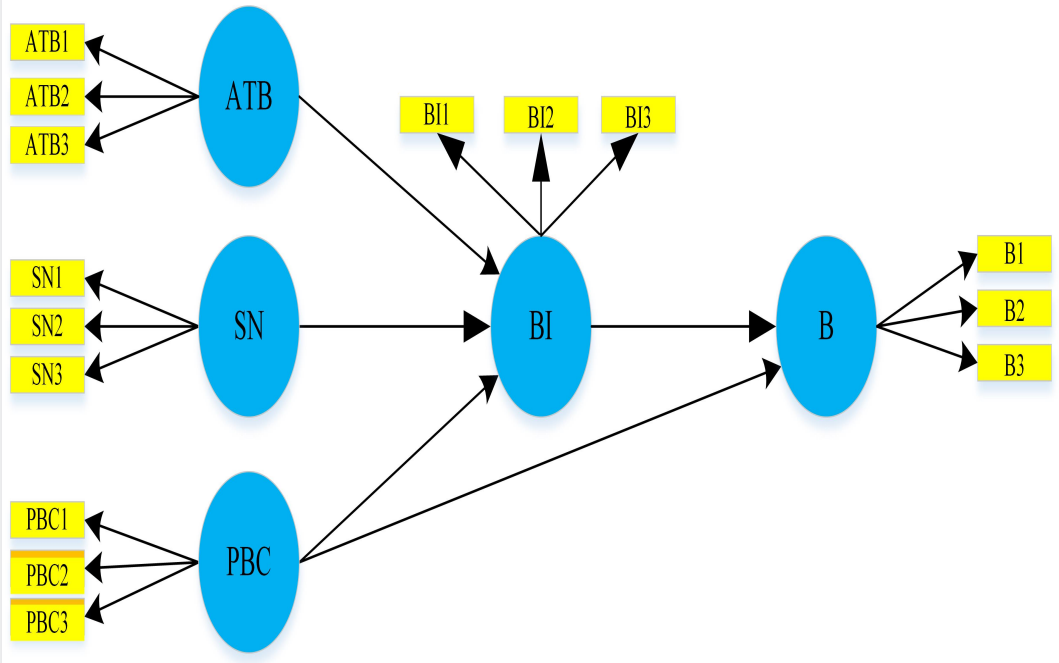
3.4.1 Konsep Model *Theory of Planned Behavior*

Pembahasan TPB adalah penjelasan oleh setiap variabel yang dijadikan pernyataan. Teori ini dimulai dengan menghitung minat perilaku selaku prediksi perilaku. Minat perilaku dipengaruhi oleh tiga faktor (konstruk) pokok yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif dan kontrol perilaku persepsian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.4.2 Evaluasi *Outer Model*

Ialah penilaian validitas serta reabilitas yang dilakukan untuk mengetahui apakah seluruh pernyataan yang diajukan valid dan reliabel. Uji validitas merupakan indikator yang menampilkan ketelitian instrumen dalam mengukur, sebaliknya reliabilitas merupakan indikator yang menampilkan akurasi hasil pengukuran. Ini menunjukkan akurasi alat pengukur bisa disebut konsisten, bila dilaksanakn pengukuran melebihi satu kali atas suatu fenomena yang serupa (Noor, 2011). Suatu pernyataan disebut terbukti apabila respon seseorang tidak berubah-ubah dari waktu kewaktu. Untuk melakukan tes validitas dan reliabilitas dilakukan penyebaran kuesioner kepada 100 responden. Pengujian validitas dan reliabilitas dihitung menggunakan SEM dibantu alat bantu tools SmartPLS tipe 3.0 pengukuran ini diawali dengan merancang *path diagram* (diagram jalur) seperti Gambar dibawah ini pengukuran ini diawali dengan merancang *path diagram* (diagram jalur) pada Gambar 3.7.:



Gambar 3.7. Diagram Jalur *Theory of Planned Behavior* yang Telah Dirancang

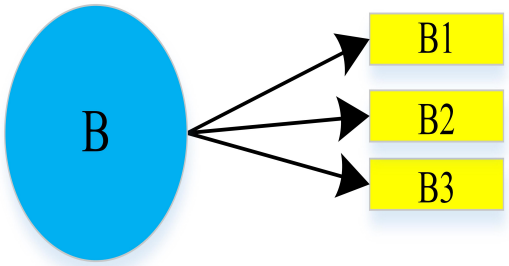
Berdasarkan tampilan diatas Metode TPB dirancang dengan alat bantu *Tools SmartPLS* versi 3.0 yang menjelaskan diagram jalur dengan masing-masing indikator dan konstruk. Masing-masing tersebut adalah konstruk B (perilaku) dengan indikator B1,B2 dan B3, konstruk BI (minat perilaku) dengan indikator BI1,BI2 dan BI3, konstruk ATB (sikap terhadap perilaku) dengan indikator ATB1,ATB2 dan ATB3, konstruk SN (norma subjektif) dengan indikator SN1,SN2 dan SN3, serta kon-

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

struk PBC (kontrol perilaku persepsian) dengan indikator PBC1,PBC2 dan PBC3. Kemudian dievaluasi dengan *Outer model*.

1. ***Convergent Validity* Konstruk *Behavior***

   Convergent Validity Konstruk *Behavior* dapat diperhatikan pada Gambar 3.8.

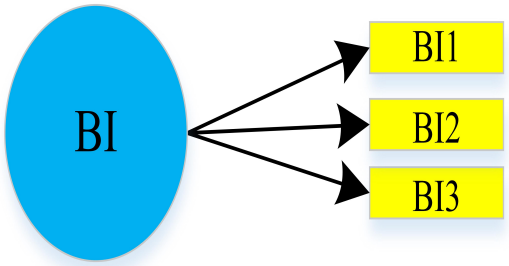


Gambar 3.8. *Convergent Validity* Konstruk *Behavior*

Keterangannya yaitu *Convergent Validity* dari konstruk B (perilaku) dengan indikator B1,B2 dan B3.

2. ***Convergent Validity* Konstruk *BI***

   Convergent Validity Konstruk *BI* dapat diperhatikan pada Gambar 3.9



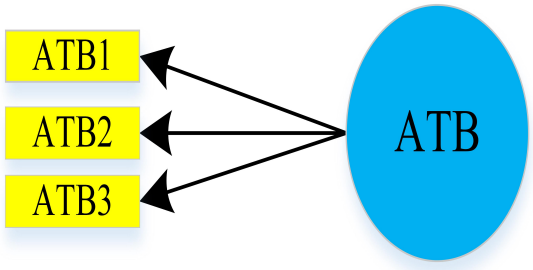
Gambar 3.9. *Convergent Validity* Konstruk *Behavioral Intention*

Keterangannya yaitu *Convergent Validity* dari konstruk BI (minat perilaku) dengan indikator BI1,BI2 dan BI3.

3. ***Convergent Validity* Konstruk *Attitude Toward Behavior***

   Convergent Validity Konstruk *Attitude Toward Behavior* dapat diperhatikan pada Gambar 3.10

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

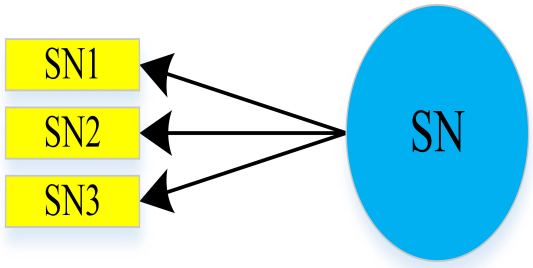


Gambar 3.10. *Convergent Validity* Konstruk *Attitude Toward Behavior*

Keterangannya yaitu *Convergent Validity* dari konstruk ATB (sikap terhadap perilaku) dengan indikator ATB1,ATB2 dan ATB3.

4. ***Convergent Validity* Konstruk *Subjective Norm***

Convergent Validity Konstruk *Subjective Norm* dapat diperhatikan pada Gambar 3.11

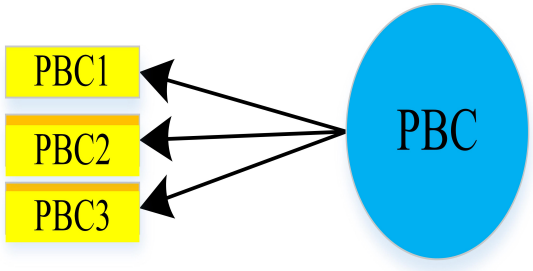


Gambar 3.11. *Convergent Validity* Konstruk *Subjective Norm*

Keterangannya yaitu *Convergent Validity* untuk konstruk SN (norma subjektif) dengan indikator SN1,SN2 dan SN3.

5. ***Convergent Validity* Konstruk *Perceived Behavioral Control***

Convergent Validity Konstruk *Perceived Behavioral Control* dapat diperhatikan pada Gambar 3.12



Gambar 3.12. *Convergent Validity* Konstruk *Perceived Behavioral Control*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

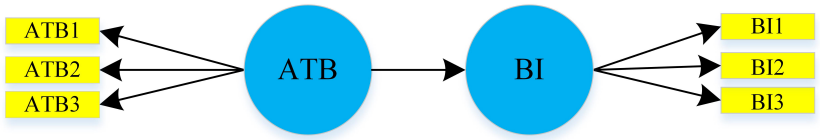
Keterangannya yaitu *Convergent Validity* dari konstruk PBC (kontrol perilaku persepsian) dengan indikator PBC1,PBC2 dan PBC3.

3.4.2.1 Evaluasi *Inner Model*

Evaluasi dengan model struktural (Inner Model) yang dirancang seperti gambar dibawah ini:

1. ***Attitude Toward Behavior*** **terhadap** ***Behavioral Intention***

   ATB terhadap BI dapat diperhatikan pada Gambar 3.13.

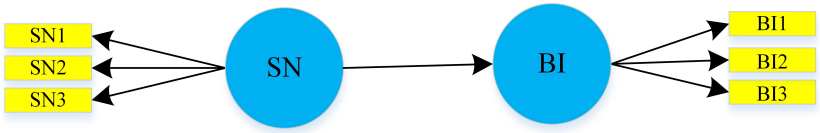


Gambar 3.13. *Inner Model Attitude Toward Behavior* Terhadap *Behavioral Intention*

Gambar diatas menjelaskan pengukuran antar konstruk yaitu konstruk ATB (sikap terhadap perilaku) dengan indikator ATB1,ATB2 dan ATB3 terhadap indikator BI (minat perilaku) dengan indikator BI1,BI2 dan BI3.

2. ***Subjective Norm*** **terhadap** ***Behavioral Intention***

   SN terhadap BI dapat diperhatikan pada Gambar 3.14



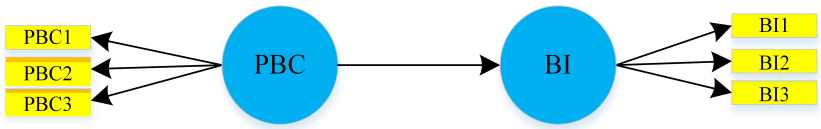
Gambar 3.14. *Inner Model Subjective Norm* Terhadap *Behavioral Intention*

Gambar diatas menjelaskan pengukuran antar konstruk yaitu konstruk SN (norma subjektif) dengan indikator SN1,SN2 dan SN3 terhadap indikator BI (minat perilaku) dengan indikator BI1,BI2 dan BI3.

3. ***Perceived Behavioral Control*** **terhadap** ***Behavioral Intention***

   PBC terhadap BI dapat diperhatikan pada Gambar 3.15

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 3.15. *Inner Model Perceived Behavioral Control* Terhadap *Behavioral Intention*

Gambar diatas menjelaskan pengukuran antar konstruk yaitu konstruk P-BC (kontrol perilaku persepsian) dengan indikator PBC1,PBC2 dan PBC3 terhadap indikator BI (minat perilaku) dengan indikator BI1,BI2 dan BI3.

4. ***Perceived Behavioral Control* terhadap *Behavior***

PBC terhadap B dapat diperhatikan pada Gambar 3.16

Gambar 3.16. *Inner Model Perceived Behavioral Control* Terhadap *Behavior*

Gambar diatas menjelaskan pengukuran antar konstruk yaitu konstruk P-BC (kontrol perilaku persepsian) dengan indikator PBC1,PBC2 dan PBC3 terhadap indikator B (perilaku) dengan indikator B1,B2 dan B3.

5. ***Behavioral Intention* terhadap *Behavior***

BI terhadap B dapat diperhatikan pada Gambar 3.17

Gambar 3.17. *Inner Model Behavioral Intention* Terhadap *Behavior*

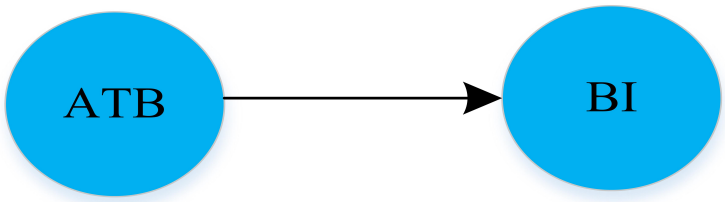
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Gambar diatas menjelaskan pengukuran antar kosntruk yaitu kosntruk BI (minat perilaku) dengan indikator BI1,BI2 dan BI3 terhadap indikator B (perilaku) dengan indikator BI1,BI2 dan BI3.

3.4.2.2 Pengujian Hipotesis

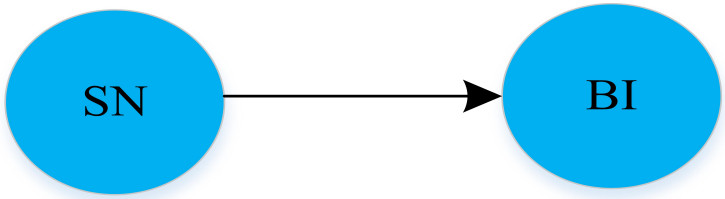
Uji hipotesis merupakan teknik analisis data dengan melakukan pengujian hipotesis yang sebelumnya telah ditentukan, adapun hipotesisnya adalah sebagai berikut pada Gambar 3.18, pada Gambar 3.19, pada Gambar 3.20, pada Gambar 3.21 dan pada Gambar 3.22:

H1: Variabel ATB berpengaruh terhadap BI



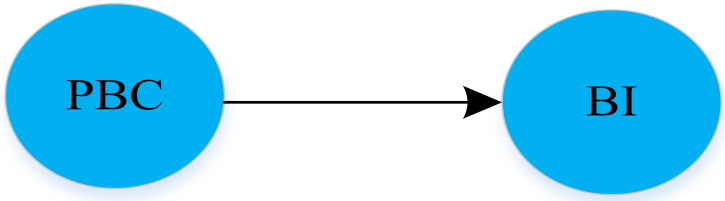
Gambar 3.18. Variabel ATB Berpengaruh Terhadap BI

H2: Variabel SN berpengaruh terhadap BI



Gambar 3.19. Variabel SN Berpengaruh Terhadap BI

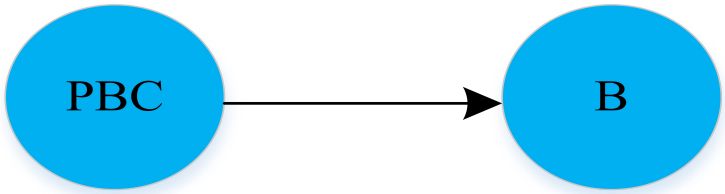
H3: Variabel PBC berpengaruh terhadap BI



Gambar 3.20. Variabel PBC Berpengaruh Terhadap BI

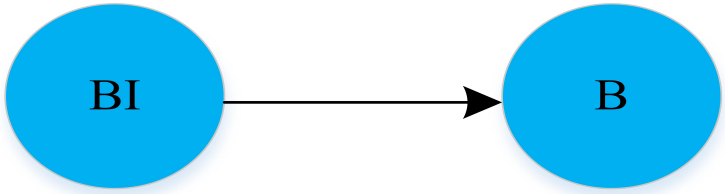
H4: Variabel PBC berpengaruh terhadap B

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



Gambar 3.21. Variabel PBC Berpengaruh Terhadap B

H5: Variabel BI berpengaruh terhadap B



Gambar 3.22. Variabel BI Berpengaruh Terhadap B

3.4.3 Pembahasan

Pada bagian pembahasan memaparkan dampak dari tiap faktor yaitu faktor ATB atas BI, SN atas BI, PBC atas BI, BI atas B, PBC atas B.

3.4.4 Rekomendasi

Rekomendasi pada riset ini bersifat saran yang memiliki faedah sebagai objek perbandingan yang mendukung dalam mengambil langkah tentang sikap untuk mengunakan *Marketplace Facebook* dengan memanfaatkan penggunaannya pada kehidupan sehari-hari.

UIN SUSKA RIAU

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

BAB 5
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari tahap analisa data pada riset yang sudah dilaksanakan didapatlah kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan positif pada variabel *subjective norm* atas variabel *behavioral intention* dari uji T Statisticsnya 2,341 > nilai T Tabel (1,96). Hal ini berarti norma subjektif berdampak baik terhadap minat perilaku untuk menggunakan *marketplace facebook* di kabupaten Kampar.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan positif pada variabel *perceived behavioral control* atas variabel *behavior* dari uji T Statisticsnya 5,502 > nilai T Tabel (1,96). Hal ini berarti kontrol perilaku persepsian berdampak baik terhadap perilaku untuk menggunakan *marketplace facebook* di kabupaten Kampar.
3. Konstruk *attitude toward behavior* tidak berpengaruh positif atas variabel *behavioral intention* dari uji T Statisticsnya 1,607 < nilai T Tabel (1,96). Hal ini berarti sikap terhadap perilaku tidak berdampak baik terhadap minat perilaku dalam menggunakan *marketplace facebook* di kabupaten Kampar.
4. Konstruk *perceived behavioral control* tidak berpengaruh positif atas variabel *behavioral intention* dari uji T Statisticsnya 1,703 < nilai T Tabel (1,96). Hal ini berarti kontrol perilaku persepsian tidak berdampak baik atas minat perilaku dalam menggunakan *marketplace facebook* di kabupaten Kampar.
5. Konstruk *behavioral intention* tidak berpengaruh positif atas variabel *behavior* dari uji T Statisticsnya 0,956 < nilai T Tabel (1,96). Hal ini berarti minat perilaku tidak berdampak baik atas perilaku dalam menggunakan *marketplace facebook* di kabupaten Kampar.

5.2 Saran

Dari riset tugas akhir yang sudah dilaksanakan didapatlah saran sebagai berikut:

1. Riset ini hanya melakukan pendalaman pada pengguna *marketplace facebook*, diharapkan untuk peneliti berikutnya untuk memfokuskan kepada aplikasi marketplace lainnya seperti shoppee, lazada, tokopedia dan lainnya.
2. *Tools* yang digunakan dalam analisis data pada penelitian tugas akhir ini menggunakan SmartPLS versi 3, diharapkan untuk peneliti berikutnya

menggunakan *tools* yang lain seperti Lisrel, AMOS atau SPSS agar bisa menjadi rujukan dan pembelajaran untuk para periset diperiode kemudian.

3. Pada riset ini hanya fokus membahas tentang perilaku pengguna *market-place facebook* menggunakan metode TPB (*Theory of Planned Behavior*), penelitian selanjutnya diharapkan bisa menggunakan metode yang lainnya seperti TRA (*Theory of Reasonned Action*) agar dapat menjadi referensi dan pembelajaran.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

DAFTAR PUSTAKA

Afdalia, N., Pontoh, G. T., dan Kartini, K. (2014). Theory of planned behavior dan readiness for change dalam memprediksi niat implementasi peraturan pemerintah nomor 71 tahun 2010. *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*, *18*(2), 110–123.

Agustiantono, D. (2012). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak orang pribadi: aplikasi tpb (studi empiris wpop di kabupaten pati). *Skripsi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang, Tidak Dipublikasikan*.

Ahsyar, T. K., Syaifullah, S., dan Ardiansyah, A. (2020). E-marketplace media pengembangan promosi usaha mikro kecil dan menengah dinas koperasi umkm kota pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi*, *6*(1), 43–54.

Ajzen, I. (2005). *Attitudes, personality, and behavior*. McGraw-Hill Education (UK).

Ajzen, I., dkk. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, *50*(2), 179–211.

Alberta, L. T., Proboningsih, J., dan Almahmudah, M. (2014). The improvement of low salt diet behavior based on theory of planned behavior on elderly with hypertension. *Jurnal Ners*, *9*(2), 297–304.

Amela, W. R., Lubis, A. H., dan Sabrina, H. (2019). Penggunaan theory of planned behavior untuk menganalisis niat perilaku milenial dalam belanja daring melalui aplikasi instagram. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Informatika)*, *16*(2), 210–230.

Fishbein, M., Ajzen, I., dkk. (1975). *Intention and behavior: An introduction to theory and research.* Addison-Wesley, Reading, MA.

Fitriana, D. E., dan Yanto, A. F. (2020). Analisis user experience (ux) fitur marketplace facebook. *JURNAL EKONOMI DAN TEKNIK INFORMATIKA*, *8*(2), 47–66.

Fitriana, R., dan Suprehatin, S. (2018). Aplikasi theory of planned behavior dan atribut produk terhadap keputusan pembelian produk susu cair dalam kemasan pada mahasiswa indonesia dan malaysia. *Jurnal Agribisnis Indonesia (Journal of Indonesian Agribusiness)*, *6*(2), 143–152.

Hanafi, M., dan Yasir, Y. (2016). *Pengaruh penggunaan media sosial facebook terhadap motivasi belajar mahasiswa fisip universitas riau* (Unpublished doctoral dissertation). Riau University.

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

Hananda, M. P. (2019). *Pengaruh electronic word of mouth terhadap niat beli konsumen melalui kepercayaan sebagai mediator (studi pada pengakses c2c marketplace shopee di kota malang)* (Unpublished doctoral dissertation). University of Muhammadiyah Malang.

Hasanah, N. (2018). Aplikasi e-commerce dengan metode theory of planned behavior dalam bisnis penjualan (studi kasus toko-toko di wonosobo). *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, *5*(2), 221–225.

Hidayati, N. A. (2013). Pengaruh sikap, kontrol perilaku persepsian, pengalaman dan kepercayaan terhadap minat menggunakan layanan internet banking. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, *2*(2).

Imam, G. (2014). Structural equation modeling. *Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang*.

Indrayana, B., Seminar, K. B., dan Sartono, B. (2016). Faktor penentu minat penggunaan instagram untuk pembelian online menggunakan technology acceptance model (tam) dan theory of planned behavior (tpb). *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen (JABM)*, *2*(2), 138–138.

Jogiyanto, H. M. (2007). Sistem informasi keperilakuan. *Yogyakarta: Andi Offset*.

Kinanti, F., dan Baridwan, Z. (2013). Analisis determinan sistem informasi e-ticketing: Pendekatan extended theory of planned behaviour. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, *2*(1).

Lamidi, L., dan Rahadhini, M. D. (2020). Peran inovasi konsumen dalam menciptakan niat berperilaku (survei pada konsumen sfa steak & resto surakarta). *RESEARCH FAIR UNISRI*, *4*(1).

Mahyarni, M. (2013). Theory of reasoned action dan theory of planned behavior (sebuah kajian historis tentang perilaku). *Jurnal El-Riyasah*, *4*(1), 13–23.

Muningsih, E. (2011). Facebook commerce e-commerce pada media sosial facebook yang modern dan populer. *Amik BSI Yogyakarta*.

Noor, J. (2011). *Metodologi penelitian: skripsi* (Unpublished doctoral dissertation). tesis, disertasi, dan karya ilmiah.

Nuary, F. D. (2010). Implementasi theory of planned behavior dalam adopsi e-commerce oleh ukm.

Nurdiani, N. (2014). Teknik sampling snowball dalam penelitian lapangan. *ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications*, *5*(2), 1110–1118.

Oleh, R. S., dan Susilana, R. (n.d.). Modul 6 populasi dan sampel 6 populasi dan sampel 6 populasi dan sampel.

Pambudi, R. S. P. (2021). Strategi pemasaran dalam marketplace facebook. *Strategi*

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

Pemasaran dalam Marketplace Facebook.

Pradana, M., dan Reventiary, A. (2016). Pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian sepatu merek customade (studi di merek dagang customade indonesia). *Jurnal Manajemen*, *6*(1).

Prasetiawan, H. (2016). Cyber counseling assisted with facebook to reduce online game addiction. *Guidena: Jurnal Ilmu Pendidikan, Psikologi, Bimbingan dan Konseling*, *6*(1), 28–32.

Ramahdaniati, R., dan Hatta, M. (2017). *Perilaku berbagi pengetahuan akuntansi pada dosen akuntansi kota bengkulu: Pendekatan theory of planned behavior (tpb)* (Unpublished doctoral dissertation). Universitas Bengkulu.

Riyanto, J., dan Supriyanto, S. (2020). Analisa sistem aplikasi marketplace facebook dalam pengembangan dunia bisnis. *JURNAL MEDIA INFORMATIKA BUDIDARMA*, *4*(4), 940–946.

Sakdiyah, L., Effendi, R., dan Kustono, A. S. (2019). Analisis penerimaan penggunaan e-learning dengan pendekatan theory of planned behavior (tpb) pada mahasiswa akuntansi universitas jember. *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, *6*(2), 120–126.

Salman, A., dan Pulungan, S. M. (2017). Pendedahan diri, motivasi dan kepuasan penggunaan facebook dalam menjalin persahabatan. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, *33*(1).

Samudra, T. B., Maslichah, M., dan Sudaryanti, D. (2020). Pengaruh sikap, norma subjektif, dan kontrol keperilakuan yang dipersepsikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di kota batu. *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, *9*(01).

Santoso, H. D., Witjaksono, R. W., dan Aziza, A. H. (2018). Evaluasi penggunaan sap menggunakan theory of planned behaviour di pt industri telekomunikasi (pt. inti). *Jurnal Rekayasa Sistem & Industri (JRSI)*, *5*(01), 47–53.

Saputra, R. (2014). Analisis penggunaan aplikasi sistem informasi direktorat jenderal pajak (sidjp) dan kinerja pegawai (studi pada kantor pelayanan pajak pratama surabaya gubeng). *Jurnal Mahasiswa Perpajakan*, *3*(1).

Sari, D. R., dan Dirgahayu, T. (2018). Pengaruh dimensi budaya terhadap perilaku penggunaan e-commerce: Daerah istimewa yogyakarta. *INTENSIF: Jurnal Ilmiah Penelitian dan Penerapan Teknologi Sistem Informasi*, *2*(1), 1–11.

Sarifudin, S., dan Halimah, H. (2018). Manajemen facebook dalam proses pembelajaran pendidikan. *Islamic Management: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, *1*(01).

Setiawan, A., Setyasih, R. D., dan Hosana, L. J. (2020). Analisis faktor-faktor penerimaan penggunaan financial technology pada sistem pembayaran trans-

portasi online: Theory of planned behavior (tpb). *Monex: Journal Research Accounting Politeknik Tegal*, *9*(1), 30–37.

Suryawirawan, O. A. (2019). Theory of planned behavior pada e-commerce intention mahasiswa di surabaya. *JURNAL MAKRO MANAJEMEN*, *4*(2), 150–159.

Sutejo, L. W. (2018). Efektivitas electronic market dan pasar konvensional terhadap minat beli masyarakat di kecamatan brebes. *Jurnal Strategik*, *5*(2).

Ulfia, N., dkk. (2019). *Analisis aktifitas masyarakat muslim dalam pembelian online menggunakan theory of planned behavior* (Unpublished doctoral dissertation). UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Widyastuti, L., Suhaidar, S., dan Yunita, A. (2020). Analisis penerimaan teknologi financial aggregator cekaja. com terhadap behavior intention melalui pendekatan teori perilaku rencanaan (theory of planned behavior atau tpb)(studi pada masyarakat kota pangkalpinang). *IJAB: Indonesian Journal of Accounting and Business*, *1*(2), 131–152.

Yustiani, R., dan Yunanto, R. (2017). Peran marketplace sebagai alternatif bisnis di era teknologi informasi. *Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika (KOMPUTA)*, *6*(2).

Ziveria, M. (2017). Pemanfaatan media sosial facebook sebagai sarana efektif pendukung kegiatan perkuliahan di program studi sistem informasi institut teknologi dan bisnis kalbe. *Jurnal Sains dan Teknologi*, *4*(2).

Zubair, A. (2017). Fenomena facebook: Keterlibatan teknologi komunikasi dalam perkembangan komunikasi manusia. *Jurnal Aspikom*, *1*(1), 60–70.

UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
   a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
   b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

LAMPIRAN A
HASIL WAWANCARA

Nama : Hardi Nurmansyah

1. Apakah anda pernah melakukan transaksi jual beli menggunakan aplikasi Marketplace Facebook?alasannya!
   Jawab :Pernah
2. Menurut anda, apa sisi positif dan negatif dari pengunaan *Marketplace* pada *Facebook*?
   Jawab : Sisi positif nya memudahkan dalam bertransaksi sesuai kebutuhan apalagi di zaman yg berada di masa pandemi Covid . Sisi negatif nya mungkin salah datu nya kasus penipuan barang yang ditawarkan ternyata tidak sesuai yg diharapkan.
3. Apa saja Kendala yang anda temui dalam menggunakan *Marketplace Facebook* ?
   Jawab :Tidak ada
4. Apa kesan anda dalam menggunakan menggunakan *Marketplace Facebook*?
   Jawab : Tidak terlalu berkesan bagi saya , karna saya jarang menggunakan marketplace , saya lebih cendrung menggunakan aplikasi toko online seperti Shopee , Bukalapak .
5. Bagaimana Menurut anda pemanfaatan Marketplace Facebook di Kab. Kampar?alasannya
   Jawab : Masih kurang nya pemahaman masyarakat setempat dalam bertransaksi menggunakan *Marketplace*.
6. Apa saran anda terhadap pengguna *Marketplace Facebook*?
   Jawab : Lebih dikembangkan lagi , menambahkan fitur2 yang membedakan aplikasi toko *online* yg lain

Nama : Ryan hadiki

1. Apakah anda pernah melakukan transaksi jual beli menggunakan aplikasi *Marketplace Facebook*?alasannya!
   Jawab :Pernah, Karna target pembeli saya lebih banyak menggunakan *Marketplace*
2. Menurut anda, apa sisi positif dan negatif dari pengunaan *Marketplace* pada *Facebook*?
   Jawab : Positif : membantu pedagang dalam berjualan negatif : banyak

penipuan

3. Apa saja Kendala yang anda temui dalam menggunakan *Marketplace Facebook*?

   Jawab :Banyak penipuan

4. Apa kesan anda dalam menggunakan menggunakan *Marketplace Facebook*?

   Jawab : Cukup bagus membantu pedagang dalam berdagang

5. Bagaimana Menurut anda pemanfaatan *Marketplace Facebook* di kab. Kampar?alasannya

   Jawab : Sangat membantu karena membantu UKM dari segi makanan sangat mendongkrak pendapatan ibu-ibu.

6. Apa saran anda terhadap pengguna *Marketplace Facebook*?

   Jawab : Lebih teliti dan berhati hati dalam berjual beli

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

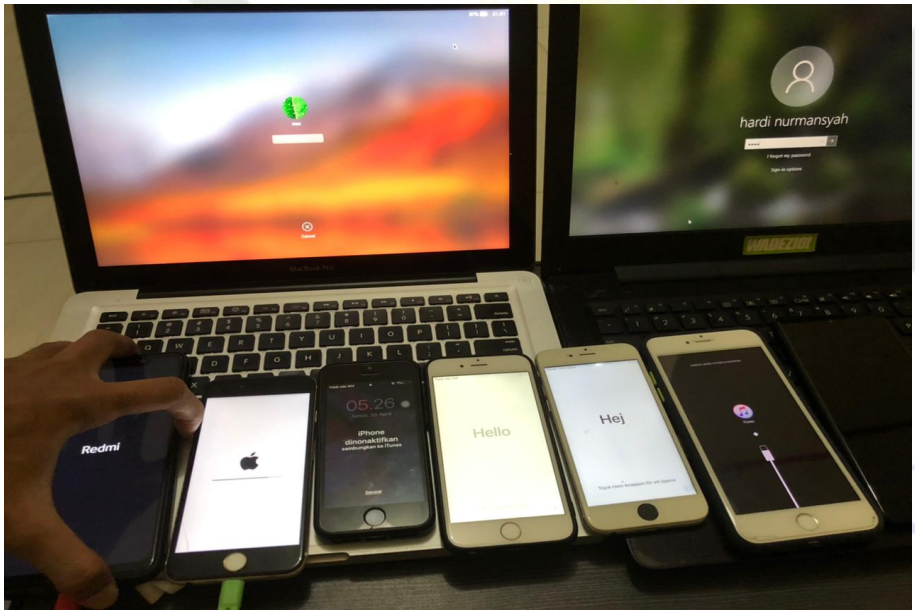
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
   a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
   b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN B
DOKUMENTASI

Gambar B.1. Wawancara Pengguna *Marketplace Facebook*



Gambar B.2. *Handphone* yang sudah di *Bypass*

UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
   a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
   b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar B.3. Brosur Jasa Buka *Icloud* Terkunci

UIN SUSKA RIAU

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik Kasim Riau

LAMPIRAN C

DATA HASIL KUESIONER ONLINE DAN SEM PLS

NO	B1	B2	B3	BI1	BI2	BI3	ATB1	ATB2	ATB3	SN1	SN2	SN3	PBC1	PBC2	PBC3
1	3	3	2	2	1	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3
2	4	3	3	2	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4
3	3	3	4	2	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4
4	1	3	4	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3
5	2	3	3	4	2	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3
6	3	3	4	1	2	3	3	4	4	3	2	3	3	4	4
7	2	3	4	1	3	4	4	3	4	1	1	1	3	3	4
8	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1
9	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	4
10	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3
11	3	3	4	2	2	4	4	2	2	4	2	4	4	3	4
12	3	4	2	1	2	3	3	3	3	3	2	2	4	3	2
13	2	4	4	1	4	3	3	4	4	3	1	3	4	4	4
14	2	1	4	2	4	4	3	3	2	4	3	2	4	3	3
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
16	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	4	3	3	2
17	1	1	2	3	1	4	3	1	1	3	4	1	4	4	4
18	2	3	3	3	1	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4
19	2	3	3	2	3	4	3	3	3	3	2	3	4	4	3
20	2	3	4	2	1	3	3	3	3	3	2	3	4	3	4
21	3	2	3	2	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3
22	4	3	3	4	1	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
23	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
24	2	2	3	2	2	3	1	4	3	3	4	2	3	4	3
25	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
26	2	2	3	2	4	3	2	3	3	3	2	2	3	4	3
27	2	3	3	3	2	3	2	3	3	4	3	3	3	3	4
28	2	2	3	3	4	3	2	2	2	3	2	2	3	4	3
29	1	3	4	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3
30	4	4	4	4	2	3	3	3	4	3	2	2	3	4	2
31	2	2	4	2	2	4	4	3	3	3	2	3	4	4	4
32	1	2	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4
33	3	4	4	1	1	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4
34	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
35	1	3	2	1	2	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3
36	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	4
37	2	2	3	2	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3
38	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
39	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4
40	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
41	3	3	3	2	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4
42	1	2	3	1	1	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4
43	4	2	3	2	3	3	3	3	3	2	4	3	3	4	4
44	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3
45	1	3	3	2	1	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3
46	3	4	3	2	3	4	4	3	4	4	3	2	4	3	2
47	2	1	2	2	2	3	2	1	1	2	2	2	2	2	2
48	2	3	3	4	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3
49	4	4	3	1	4	3	4	3	3	2	2	3	3	3	3
50	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2

51	3	3	4	2	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4
52	2	3	4	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3
53	2	3	3	4	2	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3
54	4	3	4	1	2	3	3	4	4	3	2	3	3	4	4
55	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	4	3	3	4	4
56	1	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3
57	4	3	3	2	1	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3
58	3	4	3	2	3	4	4	3	4	4	3	2	4	3	2
59	3	1	2	2	2	3	2	1	1	2	2	2	2	2	2
60	1	3	2	1	2	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3
61	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	4
62	3	2	3	2	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3
63	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
64	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4
65	2	3	3	3	2	3	2	3	3	4	3	3	3	3	4
66	2	2	3	3	4	3	2	2	2	3	2	2	3	4	3
67	2	3	4	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3
68	2	4	4	4	2	3	3	3	4	3	2	2	3	4	2
69	3	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1
70	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	4
71	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3
72	3	3	4	2	2	4	4	2	2	4	2	4	4	3	4
73	4	4	2	1	2	3	3	3	3	3	2	2	4	3	2
74	1	1	2	3	1	4	3	1	1	3	4	1	4	4	4
75	3	3	3	3	1	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4
76	2	3	3	2	3	4	3	3	3	3	2	3	4	4	3
77	1	3	4	2	1	3	3	3	3	3	2	3	4	3	4
78	4	2	3	2	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3
79	3	4	3	1	4	3	4	3	3	2	2	3	3	3	3
80	4	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2
81	3	3	4	2	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4
82	1	3	4	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3
83	2	3	3	4	2	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3
84	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	4
85	1	2	3	2	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3
86	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
87	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4
88	2	3	3	3	2	3	2	3	3	4	3	3	3	3	4
89	3	1	2	3	1	4	3	1	1	3	4	1	4	4	4
90	2	3	3	3	1	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4
91	1	3	3	2	3	4	3	3	3	3	2	3	4	4	3
92	4	3	4	2	1	3	3	3	3	3	2	3	4	3	4
93	2	3	4	2	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4
94	2	3	4	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3
95	1	3	3	4	2	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3
96	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	4
97	3	2	3	2	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3
98	4	1	4	2	4	4	3	3	2	4	3	2	4	3	3
99	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
100	2	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	4	3	3	2

Gambar C.1. Tabulasi Pengguna *Marketplace Facebook*

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

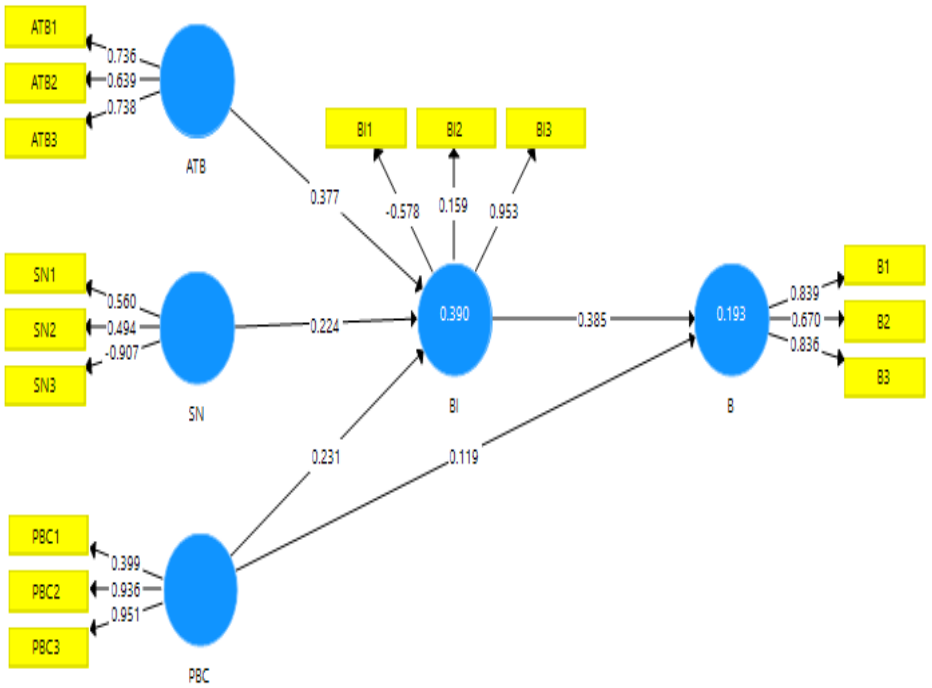
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
   a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
   b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sultan Syarif Kasim Riau

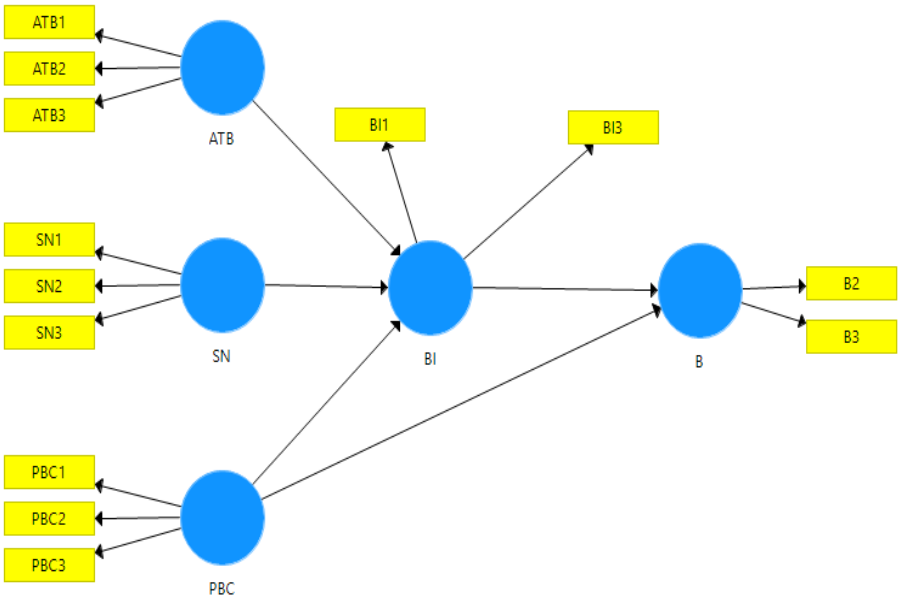
UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
   a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
   b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar C.2. Hasil *Path Diagram*



Gambar C.3. Hasil *Path Diagram* yang Telah Dirancang

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

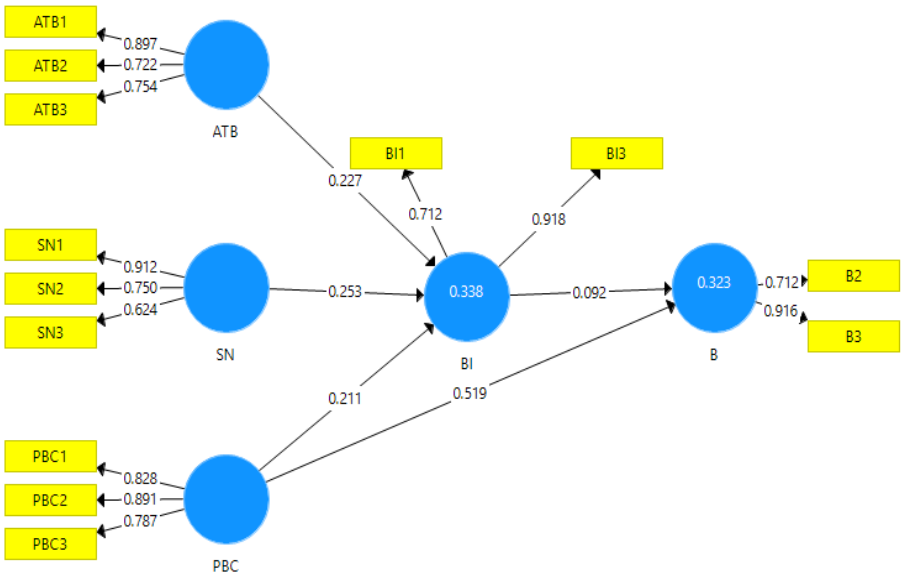
UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
   a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
   b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar C.4. Hasil Path Diagram yang Telah Dirancang Ulang

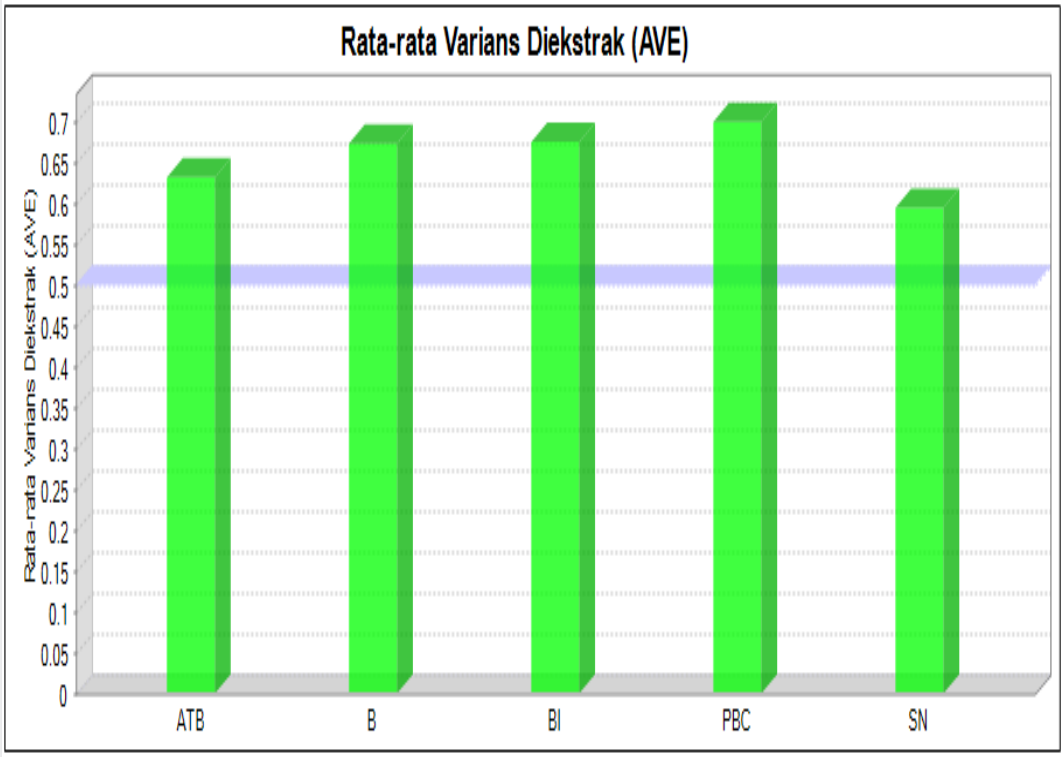
Kriteria Fornell-Larcker | Cross Loadings | Rasio Heterotrait-Monot... | Rasio Heterotrait-Monot

	ATB	B	BI	PBC	SN
ATB1	0.897	0.494	0.543	0.458	0.429
ATB2	0.722	0.621	0.211	0.439	0.517
ATB3	0.754	0.729	0.196	0.437	0.456
B2	0.662	0.712	0.201	0.320	0.273
B3	0.533	0.916	0.339	0.562	0.415
BI1	0.196	0.253	0.712	0.203	0.328
BI3	0.523	0.310	0.918	0.524	0.477
PBC1	0.560	0.516	0.399	0.828	0.578
PBC2	0.454	0.479	0.485	0.891	0.478
PBC3	0.324	0.410	0.312	0.787	0.420
SN1	0.483	0.345	0.548	0.531	0.912
SN2	0.316	0.136	0.271	0.432	0.750
SN3	0.505	0.625	0.218	0.409	0.624

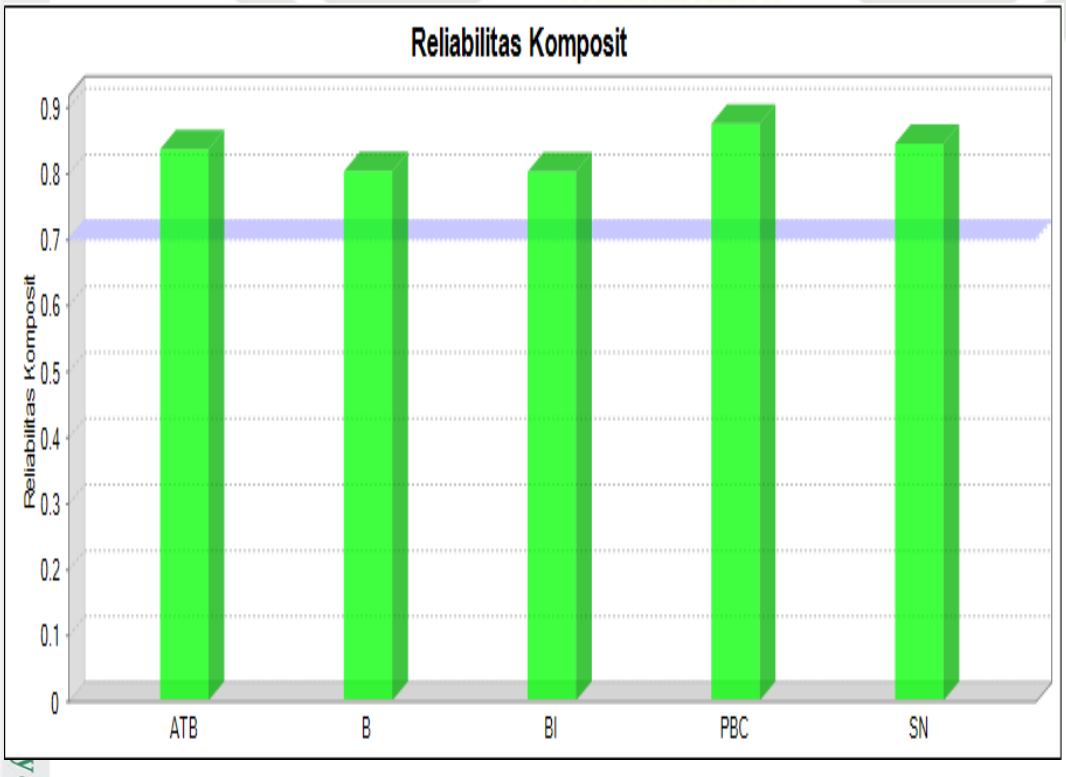
Gambar C.5. Hasil *Cross Loading*

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar C.6. *Average Variance Extracted* (AVE)

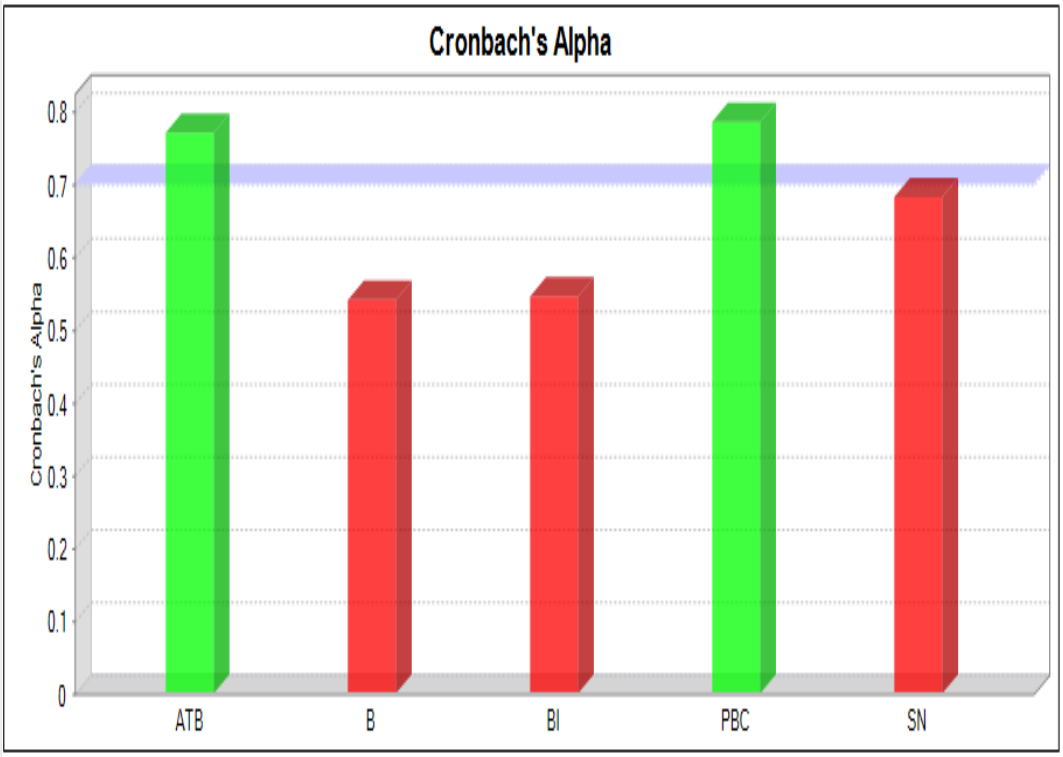


Gambar C.7. *Composite Reliability*

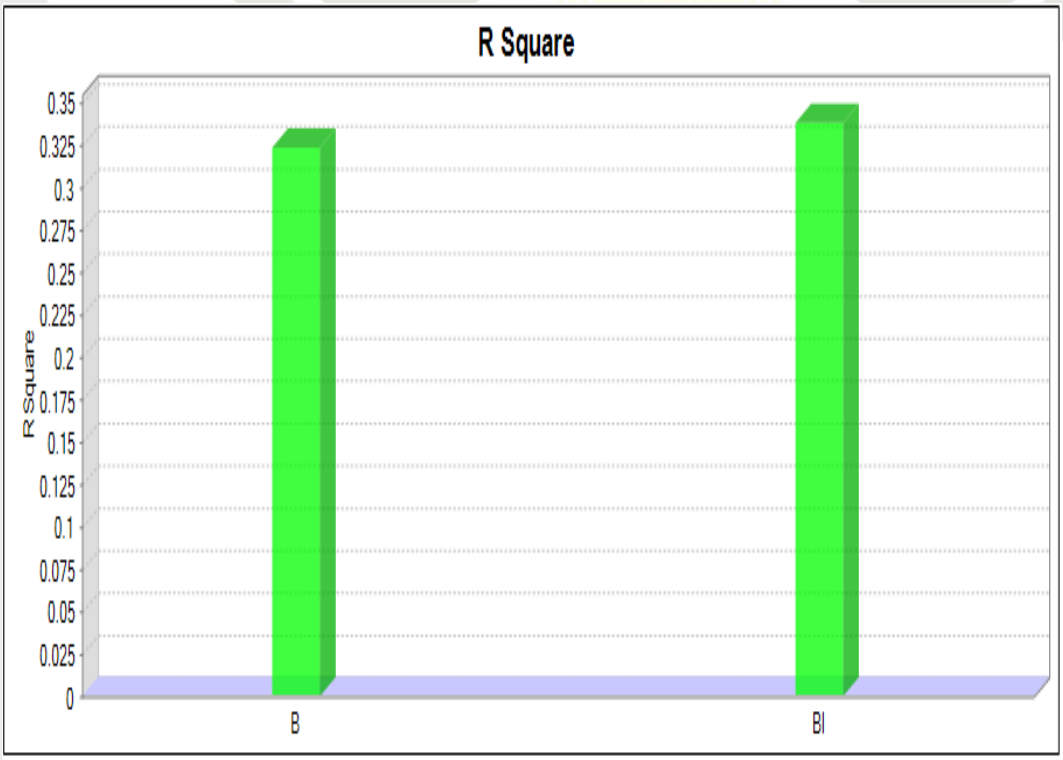
yarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar C.8. *Cronbach's Alpha*



Gambar C.9. *R-Square*

yarif Kasim Riau

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sam...	Standar Devias...	T Statistik (| O/...	P Values
ATB -> BI	0.227	0.238	0.141	1.607	0.109
BI -> B	0.092	0.088	0.096	0.956	0.340
PBC -> B	0.519	0.514	0.103	5.052	0.000
PBC -> BI	0.211	0.192	0.124	1.703	0.089
SN -> BI	0.253	0.279	0.108	2.341	0.020

Gambar C.10. *Path Coefficients*

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Suska Riau
UIN SUSKA RIAU

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Peneliti dilahirkan di Desa Teratak, Kecamatan Rumbio Jaya, Kabupaten kampar Provinsi Riau pada tanggal 14 Juni 1997, yang diberi nama M.Hamdala Utama yang merupakan anak pertama dari dua bersaudara. Nomor handphone: 081266434017 dan e-mail: m.hamdala.utama@students.uin-suska.ac.id.

Pada tahun 2004 masuk SDN 051 Teratak dan menamatkan pendidikan sekolah dasar pada tahun 2010, pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di SMPN 1 Rumbio Jaya tahun 2010-2013, dan menamatkan Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 1 Kampar pada tahun 2016.

Kemudian penulis melanjutkan pendidikan Stratra satu (S1) di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada Fakultas Sains dan Teknologi tepatnya pada Program Studi Sistem informasi. Selama menjadi mahasiswa, penulis pernah Kerja Praktek (KP) di DISDUKCAPIL Kab.Kampar, Penulis juga mengikuti pengabdian masyarakat berupa Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Silam, Kecamatan Kuok, Kabupaten Kampar dan pada penelitian tugas akhir penulis mengangkat judul ”ANALISA PERILAKU PENGGUNA *MARKETPLACE* PADA *FACEBOOK* (STUDI KASUS: KAB.KAMPAR)”.

UIN SUSKA RIAU