

## ABSTRAK

Blibli.com merupakan situs *e-commerce* berkonsep *online shopping mall* yang didirikan sejak tanggal 25 Juli 2011 oleh PT Global Digital Niaga (GDN). Melihat fenomena yang terjadi saat ini adalah Blibli.com memiliki lima juta pengunduh dengan rating 4.1 tetapi hanya memiliki 127.199 pengguna. Penelitian ini menggunakan model UTAUT dan menggunakan variabel *Performance Expectancy*, *Trust*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating conditions*, *Behavioral Intention*, dan *Use*.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh variabel *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Trust*, dan *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention*. Selain itu untuk mengetahui pengaruh *Performance Expectancy* dan *Effort Expectancy* terhadap *Trust* pengguna aplikasi *mobile* Blibli.com. dan untuk mengetahui pengaruh *Facilitating Conditions* dan *Behavioral Intention* terhadap *Use* pada pengguna aplikasi Blibli.com.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan pada pengguna aplikasi Blibli.com di seluruh Indonesia dengan 300 responden. Penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* dengan tipe *purposive sampling* dan menggunakan model persamaan struktural (SEM) serta menggunakan skala *likert* dengan 21 butir pertanyaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan variabel *Performance Expectancy* signifikan terhadap *Trust*, *Social Influence* signifikan terhadap *Behavioral Intention*, dan *Behavioral Intention* signifikan terhadap *Use*. Adapun variabel yang tidak berpengaruh yaitu *Effort Expectancy* terhadap *Trust*, *Effort Expectancy* dan *Trust* terhadap *Behavioral Intention*, dan *Facilitating Conditions* terhadap *Use*.

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi PT Global Digital Niaga (GDN) dalam rangka pencapaian peningkatan minat pengguna aplikasi Blibli.com.

Kata kunci: UTAUT, SEM, *Performance Expectancy*, *Social Influennce*, *Behavioral Intention*, *Use*