

## ABSTRAK

Teori konsumen yang dipergunakan dalam penelitian ini yaitu *Theory of Planned Behavior* (TPB), sebuah metode psikologi konsumen dan dikemukakan oleh Ajzen (1991). *Theory of Planned Behavior* merupakan teori yang berdasar pada asumsi jika suatu individu akan berperilaku pantas atau selayaknya. Terdapat tiga faktor yang memengaruhi niat perilaku dalam *Theory of Planned Behavior* yakni, sikap terhadap perilaku, norma subyektif, dan kontrol perilaku yang dijumpai.

Selain TPB, penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis faktor yang terdapat dalam teori UTAUT2 untuk menjelaskan perilaku konsumen dalam menggunakan *e-commerce* di kalangan mahasiswa akuntansi Universitas Diponegoro. Penelitian ini menguji beberapa variabel yang ada dalam teori UTAUT2 seperti, ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonisme, dan kebiasaan untuk mengetahui apa saja yang memengaruhi niat perilaku dan perilaku penggunaan dalam teknologi *e-commerce*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kuantitatif dengan populasi yang digunakan ialah mahasiswa pengguna *e-commerce* dalam aplikasi *Shopee* di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. Terdapat 109 responden mengisi kuesioner secara lengkap melalui *google form* yang dibagikan secara daring melalui media sosial. Alat yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini yakni berupa *Partial Least Square*.

Hasil dari kerangka konseptual dalam penelitian ini menunjukkan bahwa, ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan kebiasaan memberikan pengaruh terhadap niat perilaku mahasiswa dalam menggunakan *e-commerce*. Selanjutnya, untuk kondisi yang memfasilitasi, kebiasaan dan niat perilaku memengaruhi perilaku penggunaan *e-commerce* di kalangan mahasiswa. Faktor-faktor lain seperti, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, dan motivasi hedonisme terbukti tidak berpengaruh terhadap niat perilaku mahasiswa dalam menggunakan *e-commerce*.

Kata kunci: *online shopping*, TPB, UTAUT, UTAUT2, perilaku konsumen, *e-commerce*,